

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR DISCLOSURE)
PERUSAHAAN SERTA PENGARUHNYA TERHADAP RESPON PASAR
ATAS LABA PERUSAHAAN (EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Derajat Sarjana Ekonomi*



Disusun Oleh :

Saphira Evani Ariningtyas

105020307111041

JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2014

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR DISCLOSURE)
PERUSAHAAN SERTA PENGARUHNYA TERHADAP RESPON PASAR
ATAS LABA PERUSAHAAN (EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Derajat Sarjana Ekonomi*



Disusun Oleh :

Saphira Evani Ariningtyas

105020307111041

JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2014

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL (*CSR DISCLOSURE*)
PERUSAHAAN SERTA PENGARUHNYA TERHADAP RESPON PASAR
ATAS LABA PERUSAHAAN (*EARNING RESPONSE COEFFICIENT*)**

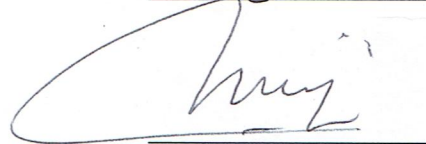
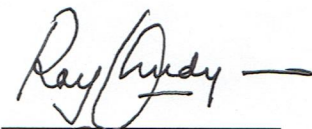
Disusun Oleh:

Nama : Saphira Evani Ariningtyas
NIM : 105020307111041
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 15 Juli 2014 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Aulia Fuad Rahman D.B.A., Ak., SAS
NIP. 19740910 200212 1 001
(Dosen Pembimbing)
2. Dr. Drs. Roekhudin, M.Si., Ak.
NIP. 19621127 198802 1 001
(Dosen Penguji I)
3. Drs. Nasikin, MM., Ak.
NIP. 19571022 198403 1 001
(Dosen Penguji II)



Malang, 14 Agustus 2014
Ketua Jurusan Akuntansi



Nurkholis, Ph.D., Ak., CA
NIP. 19660706 199103 1 001

SURAT PERNYATAAN

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Saphira Evani Ariningtyas

NIM : 105020307111041

Jurusan : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*CSR Disclosure*) Perusahaan serta Pengaruhnya Terhadap Respon Pasar atas Laba Perusahaan (*Earnings Response Coefficient*)

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Malang, 24 Juni 2014

Pembuat Pernyataan,



Saphira Evani Ariningtyas

NIM. 105020307111041

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*CSR Disclosure*) Perusahaan serta Pengaruhnya Terhadap Respon Pasar atas Laba Perusahaan (*Earnings Response Coefficient*)

Saphira Evani Ariningtyas

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, 2014

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor-faktor yang meliputi ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen, dewan komisaris, *profile*, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Selain itu, penelitian ini juga menguji pengaruh pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap ERC (*Earnings Response Coefficient*). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2012. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 130 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Sebaliknya, variabel ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, *leverage*, *profile*, dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba (ERC).

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen, dewan komisaris, *profile*, profitabilitas, *Earnings Response Coefficient*

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) Perusahaan serta Pengaruhnya Terhadap Respon Pasar atas Laba Perusahaan (Earnings Response Coefficient)

Saphira Evani Ariningtyas

Faculty of Economic and Bussiness, Brawijaya University, 2014

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of factors which include company size, leverage, management ownership, board of commissioners, profile, and profitability to CSR disclosure. In addition, this study also examines the effect of disclosure of CSR (Corporate Social Responsibility) to the ERC (Earnings Response Coefficient). The population of this research was all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2011-2012. This study used purposive sampling method and obtained a sample of 130 companies. The analysis technique used in this study is a multiple linear regression analysis.

The results show that the board of commissioners has a positive effect on CSR disclosure. In contrast, the variable size of the company, management ownership, leverage, profile, and profitability does not affect to the disclosure of CSR. The test results also indicate that the variable CSR negatively affect Earnings Response Coefficients (ERC).

Keywords: *Corporate Social Responsibility, firm size, leverage, management ownership, board of commissioners, profile, profitability, Earnings Response Coefficient*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) Perusahaan serta Pengaruhnya Terhadap Respon Pasar atas Laba Perusahaan (*Earnings Response Coefficient*)**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak akan dapat berjalan lancar tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis merasa berkewajiban untuk menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Nurkholis, Ph.D., Ak., CA. selaku Ketua Jurusan Akuntansi FEB Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Aulia Fuad Rahman, D.B.A., AK., SAS. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak ilmu, motivasi, nasehat, dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Dr. Drs. Roekhudin, M.Si., Ak. dan Bapak Drs. Nasikin, MM., Ak. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyelesaian skripsi.
4. Bapak Syamsul Arief, Mama Kristina Wihastuti, Siwi Listya Ariastuti, Dhini Arfiani, serta keluarga besar atas perhatian, kasih sayang, dukungan dan doa yang tiada henti.

5. Sulung Aniroh, Risani Atia D.A, Meylina Winda Fauzia, Sahara Andi Fitranti, Yuni Ratna Savitri, Amanda Rendyaswara, Muhammad Hadi Santoso, Rhenca Alvananda, Khrisnu Putra, Wiranata Putra, Novan Bastian, Fitria Magdalena, sebagai sahabat yang selalu ada dan senantiasa memberi dukungan yang berharga. Terimakasih telah banyak melewati waktu bersama dan senang bisa menjadi bagian dari kalian.

6. Atniko Madya Sakti atas segala perhatian, kebersamaan, dan dukungan yang tiada henti.

7. Staff Jurusan Akuntansi FEB UB atas segala bentuk bantuan dalam proses pelaksanaan kegiatan dan penyusunan skripsi.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Demikian kata pengantar ini penulis buat. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Malang, 24 Juni 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kontribusi Penelitian.....	10
1.4.1 Kontribusi Teori.....	10
1.4.2 Kontribusi Praktik	11

1.4.3 Kontribusi Kebijakan	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori yang Mendasari Pengungkapan CSR	12
2.1.1 Teori Agensi.....	12
2.1.2 Teori Legitimasi (Kontrak Sosial)	13
2.1.3 Teori Stakeholder	14
2.1.4 Institutional Theory	16
2.1.5 Teori Signal (Signaling Theory)	17
2.1.6 Teori Ekonomi Politik.....	17
2.1.7 Teori Sosial dan Politik.....	18
2.1.8 <i>Positive Accounting Theory</i>	18
2.1.9 Teori Risiko Reputasi Manajemen.....	19
2.1.10 <i>Decision Usefulness Studies</i>	19
2.1.11 Tanggung jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility, CSR</i>)	19
2.1.12 Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan (<i>CSR Disclosure</i>).....	20
2.2 <i>Earnings Response Coefficient (ERC)</i>	22

BAB III : KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN

DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..... 27

3.1 Kerangka Konseptual Penelitian..... 27

3.2 Pengembangan Hipotesis 28

3.2.1 Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab

Sosial..... 28

3.2.2 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Respon Pasar atas Laba

Perusahaan (ERC)..... 35

BAB IV : MODEL PENELITIAN..... 38

4.1 Jenis Peneltian..... 38

4.2 Populasi dan Sampel 38

4.3 Sumber Pengumpulan Data..... 40

4.4 Teknik Pengumpulan Data..... 40

4.5 Definisi Operasional Variabel..... 40

4.5.1 Variabel Independen 41

4.5.1.1 Ukuran Perusahaan (X1)..... 41

4.5.1.2 *Leverage* (X2) 42

4.5.1.3 Kepemilikan Manajemen (X3) 42

4.5.1.4Ukuran Dewan Komisaris (X4) 42

4.5.1.5 Profile (X5).....	43
4.5.1.6 Profitabilitas (X6)	43
4.5.2 Variabel Dependen	44
4.5.2.1.Pengungkapan Tanggung jawab Sosial CSRD (Y1)	44
4.5.2.2 Respon Pasar atas Laba Perusahaan (ERC) (Y2)	45
4.6 Model Penelitian	47
4.6.1 Model Penelitian Tahap Pertama	48
4.6.2 Model Penelitian Tahap Kedua.....	49
4.7 Teknik Analisis Data.....	52
4.7.1 Analisis Deskriptif	52
4.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.7.2.1 Uji Normalitas	52
4.7.2.2 Uji Multikolonieritas	53
4.7.2.3 Uji Autokorelasi	54
4.7.2.4 Uji Heteroskedastisitas	54
4.7.3 Uji Hipotesis	54
4.7.3.1 Uji F (Uji Simultan)	54
4.7.3.2 Uji Determinasi	55

4.7.3.3 Uji T (Uji Parsial).....	56
BAB V : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	57
5.1 Hasil Analisis	57
5.1.1 Analisis Deskriptif	57
5.1.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
5.1.2.1 Uji Normalitas	58
5.1.2.2 Uji Multikolinieritas	60
5.1.2.4 Uji Autokorelasi	61
5.1.2.4 Uji Heteroskedastisitas	61
5.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda	63
5.1.4 Uji Hipotesis	66
5.1.4.1 Uji F (Uji Simultan)	66
5.1.4.2 Uji T (Uji Parsial).....	67
5.2 Pembahasan.....	72
5.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan CSR..	72
5.2.2 Pengaruh Leverage terhadap Luas Pengungkapan CSR	74
5.2.3 Pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap LuasPengungkapan CSR.....	75
5.2.4 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Luas	

Pengungkapan CSR	76
------------------------	----

5.2.5 Pengaruh Profile terhadap Luas Pengungkapan CSR	77
---	----

5.2.6 Pengaruh Profitabilitas terhadap Luas Pengungkapan CSR	79
--	----

5.2.7 Pengaruh Luas Pengungkapan CSR terhadap ERC	80
---	----

BAB VI: KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN,

DAN SARAN	82
-----------------	----

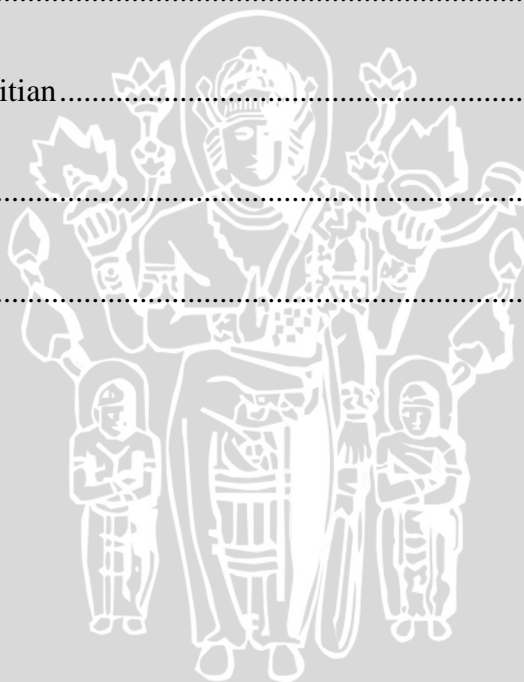
6.1 Kesimpulan	82
----------------------	----

6.2 Keterbatasan Penelitian	83
-----------------------------------	----

6.3 Saran.....	83
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	85
----------------------	----

LAMPIRAN	
----------	--

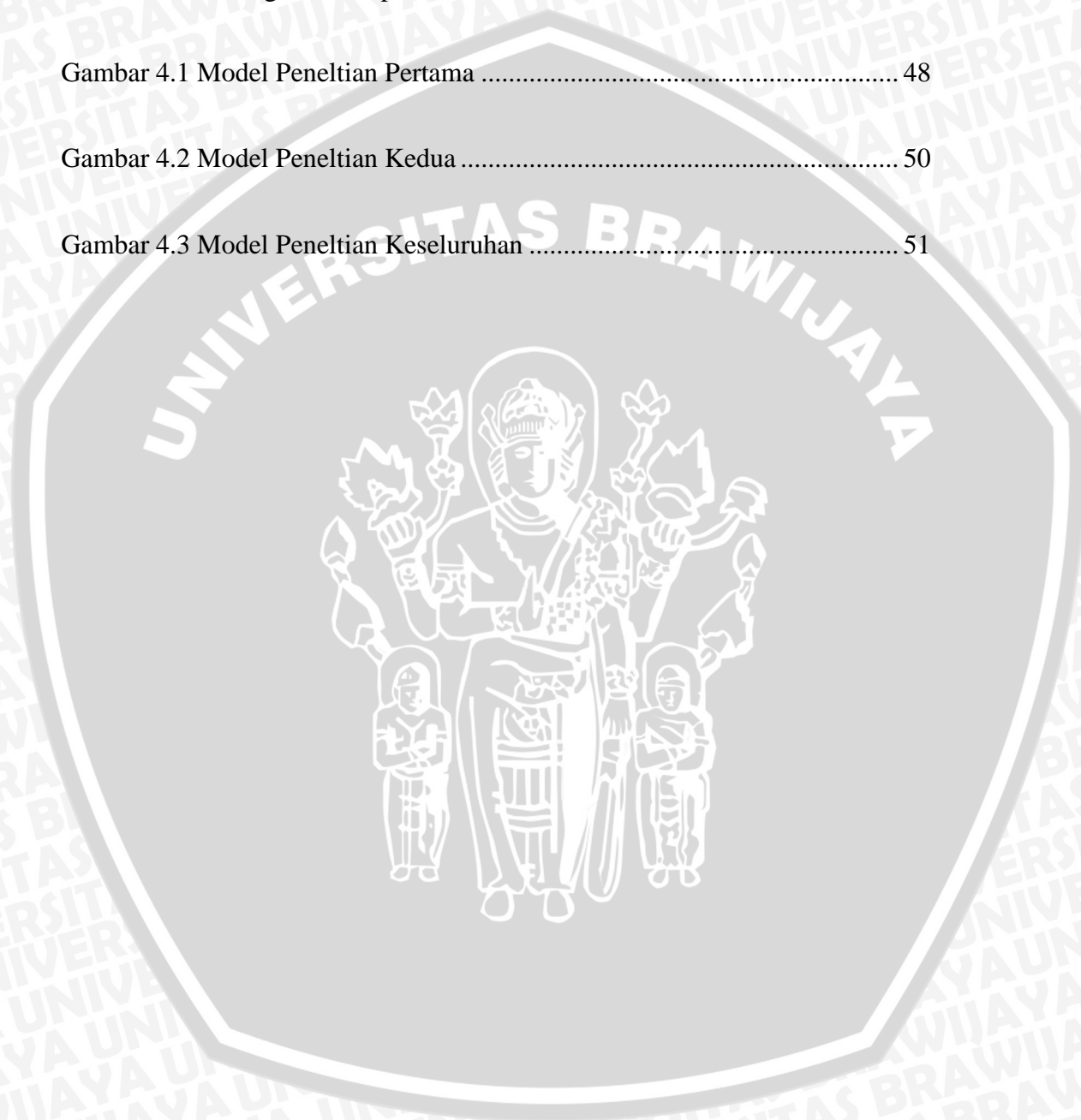


DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Sampel Penelitian.....	39
Tabel 4.2 Variabel, Indikator, dan Skala Pengukuran	41
Tabel 5.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Data Metrik	57
Tabel 5.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Data Non Metrik	58
Tabel 5.3 Uji Asumsi Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	58
Tabel 5.4 Hasil Uji Asumsi Multikolineritas	60
Tabel 5.5 Hasil Pengujian Asumsi Non-Autokorelasi	61
Tabel 5.6 Hasil Uji Glejser	62
Tabel 5.7 Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda	63
Tabel 5.8 Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual Penelitian	27
Gambar 4.1 Model Penelitian Pertama	48
Gambar 4.2 Model Penelitian Kedua	50
Gambar 4.3 Model Penelitian Keseluruhan	51



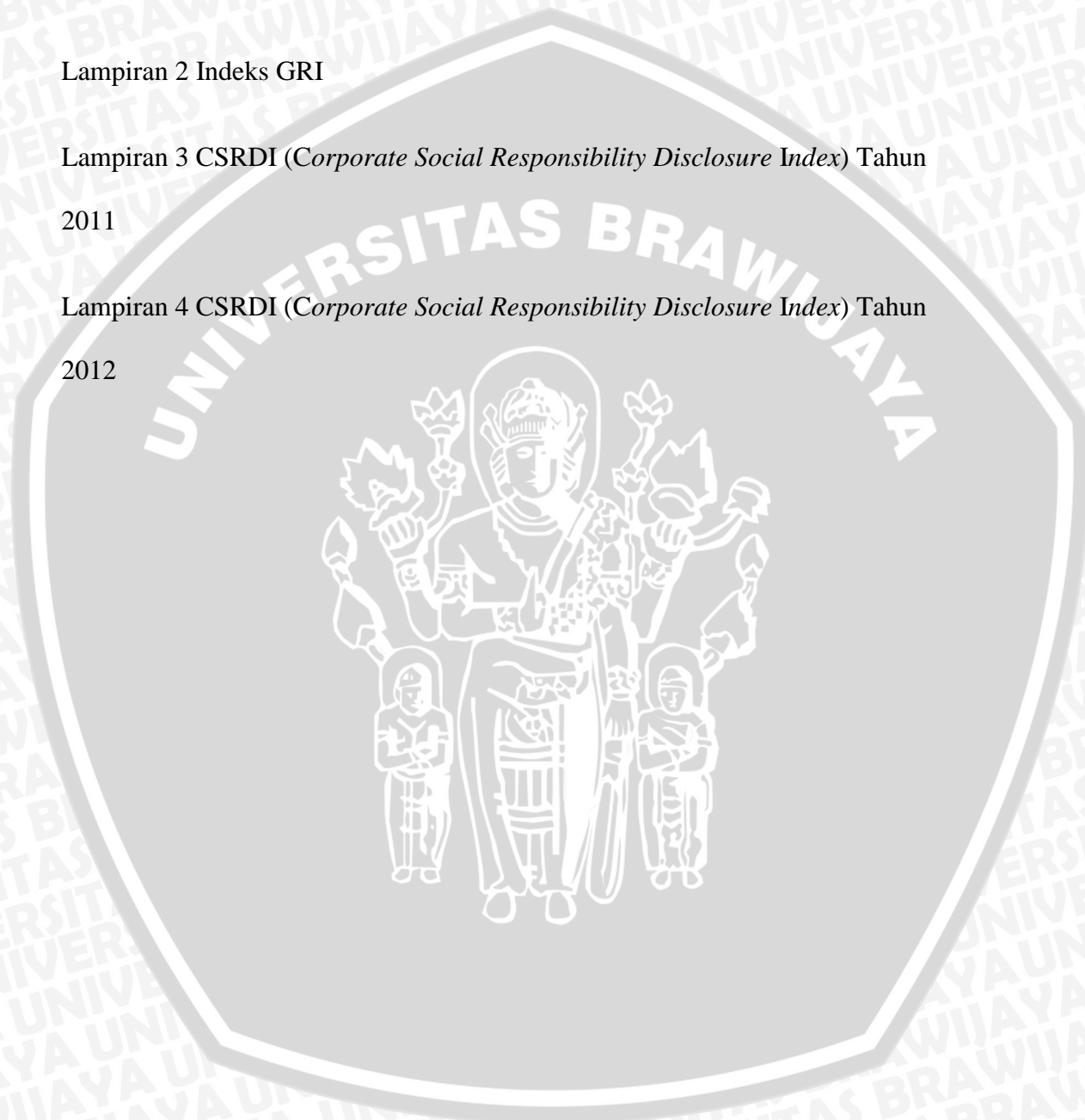
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Perusahaan Sampel

Lampiran 2 Indeks GRI

Lampiran 3 CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) Tahun
2011

Lampiran 4 CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) Tahun
2012



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada investor atau *stockholders* saja, melainkan perusahaan dituntut untuk bertanggung jawab kepada para *stakeholders* (yakni seluruh pihak pemangku kepentingan termasuk masyarakat). Untuk itu perusahaan tidak lagi hanya berorientasi pada laba saja, atau memikirkan berbagai pilihan strategi guna memaksimalkan laba mereka, tetapi perusahaan harus bertanggung jawab terhadap segala aktivitas atau kegiatan operasional yang mereka lakukan serta dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal tersebut bermula pada perkembangan zaman yang sudah memasuki era globalisasi, yang mana terjadi perubahan-perubahan terhadap manusia dan lingkungan. Manusia terus berkembang dan memiliki pemikiran-pemikiran baru yang lebih inovatif dalam menjalani kehidupan. Jika dahulu manusia dan lingkungan menjadi objek “eksploitasi” oleh perusahaan, tetapi sekarang manusia menuntut pertanggung jawaban perusahaan atas apa yang telah mereka perbuat, terutama terhadap manusia dan lingkungan.

Aktivitas atau kegiatan operasional perusahaan tentu membutuhkan sumber daya dalam pelaksanaannya, sehingga aktivitas tersebut tidak terlepas dari sumber daya baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam. Perusahaan yang berorientasi laba, cenderung mengesampingkan hal lain yang tidak memberikan kontribusi bagi keuntungan mereka. Fokus perusahaan hanya pada

profit atau keuntungan, sebaliknya perusahaan tidak mau peduli akan lingkungan dan keadaan sosial masyarakat di sekitar perusahaan. Hal tersebut semakin memperparah kondisi kerusakan lingkungan dan semakin marak terjadi masalah sosial. Polusi, penyusutan sumber daya, limbah, mutu dan keamanan produk, hak dan status karyawan, dan kekuatan perusahaan besar merupakan isu-isu yang menjadi perhatian semakin meningkat (Gray et al., 1987 dalam Yuliani, 2003).

Banyaknya perhatian masyarakat akan kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan, membuat perusahaan memilih untuk memenuhi tuntutan masyarakat dengan melakukan kegiatan atau aktivitas yang berkenaan dengan sosial dan lingkungan demi memenuhi tanggung jawabnya. Selain itu, tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel, serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*), semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya (Anggraini, 2006). Hal tersebut telah menggeser pemikiran konservatif perusahaan, yang dahulunya tidak memperdulikan keadaan sosial dan lingkungan, tetapi dengan semakin berkembangnya isu pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau yang biasa disebut dengan tanggung jawab sosial serta tuntutan berbagai kalangan akan hal tersebut, maka menjadikan perkembangan pengungkapan CSR semakin pesat.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep pengungkapan menggunakan prinsip *triple bottom line reporting*. *Triple bottom line reporting* dapat diartikan sebagai suatu laporan yang menyediakan informasi ekonomi, lingkungan, dan kinerja sosial (berbeda dari akuntansi tradisional yang

berfokus pada tujuan ekonomi saja). *Triple bottom line reporting* merupakan representasi dari titik balik dari *bottom line reporting* yang hanya menyampaikan informasi mengenai kinerja keuangan ekonomi atau keuangan saja, seperti akuntansi finansial di beberapa negara yang hanya melaporkan dan mengungkapkan informasi tentang kinerja ekonomi dari suatu entitas. *Triple bottom line* sangat berhubungan dengan konsep-konsep dan tujuan perkembangan berkelanjutan (*sustainable development*). Organisasi atau perusahaan bila ingin dapat berkelanjutan (*sustainable*) maka harus aman secara finansial (profitabilitas), dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan serta bertindak sesuai dengan harapan masyarakat (Elkington, 1997 dalam Deegan dan Unerman, 2006).

Perkembangan pelaksanaan pertanggung jawaban sosial perusahaan (CSR) sejalan dengan Undang-Undang yang berlaku di Indonesia yaitu UU No. 47 Tahun 2012 tentang Perseroan Terbatas pasal 3 Ayat 1 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yang menyatakan bahwa: “Tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.”. Dengan adanya peraturan tersebut, maka semakin mendukung perkembangan pelaporan CSR di Indonesia. Dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial tersebut perusahaan harus bisa memberikan informasi mengenai kegiatan atau aktivitas yang berkaitan dengan sosial masyarakat dan lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan, serta memberikan pelaporan dan pengungkapan atas aktivitas tersebut. Tetapi dalam hal pengungkapan, perusahaan masih belum diwajibkan, melainkan masih bersifat pengungkapan sukarela

(*voluntary*) dan belum ada peraturan khusus mengenai luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (Pradipta dan Purwaningsih, 2011). Hal tersebut sejalan dengan peraturan yang tertuang dalam PSAK no. 1 (revisi 2009) yang menyatakan bahwa “Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri di mana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”.

Dalam pengambilan keputusan (*decision making*) oleh investor, informasi akuntansi (dalam hal ini khususnya informasi laba) menjadi salah satu pilihan informasi yang banyak dipertimbangkan oleh para investor. Tetapi selain informasi akuntansi, masih banyak informasi-informasi lain yang dapat menjadi pertimbangan oleh investor, informasi ini disebut informasi alternatif. Informasi alternatif tersebut menjadi penting, karena informasi akuntansi hanya digunakan sebagian kecil saja, sisanya informasi alternatiflah yang dijadikan pertimbangan bagi para investor. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Pinasti (2004), yang menyatakan bahwa dari waktu ke waktu semakin banyak tersedia informasi alternatif, selain informasi akuntansi di pasar modal. Dan perlu diketahui bahwa pengambilan keputusan ekonomi dengan berdasar pada kinerja keuangan suatu perusahaan saja, saat ini sudah tidak relevan lagi (Eipstein dan Freedman, 1994, dalam Anggraini, 2006). Untuk itu, informasi alternatif seperti informasi sosial menjadi salah satu informasi penting untuk diketahui oleh investor.

Dengan adanya konsep bahwa informasi laba atau informasi kinerja keuangan perusahaan tidak lagi menjadi salah satu informasi yang menjadi pertimbangan penting oleh para investor, maka dengan adanya informasi sosial yang diberikan oleh perusahaan atau dalam hal ini pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR disclosure*) diharapkan dapat membuat investor akan tertarik dengan informasi ini dan menjadikannya sebagai salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Pengungkapan CSR atau tanggung jawab sosial di Indonesia dirasa masih cukup rendah, hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Utama (2007) dalam Setiawati, dkk (2013) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR masih relatif rendah yang menyebabkan kurangnya implementasi CSR sebagai suatu informasi positif bagi perusahaan. Sehingga informasi CSR dirasa hanya sebagai bentuk *public relation* perusahaan dan bukan sebagai bentuk akuntabilitas perusahaan ke publik. Hal tersebut semakin menyebabkan kurangnya kebermanfaatan CSR dalam memberikan kontribusi terhadap stakeholder, yang seharusnya mendapatkan banyak informasi alternatif, seperti informasi sosial tersebut guna mengambil keputusan yang lebih baik.

Pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan sebenarnya telah banyak dimanfaatkan oleh perusahaan guna berbagai kepentingannya. Seperti meningkatkan *branding image* atas produk yang dipasarkan atau meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat umum. Maka hal tersebut tidak terlepas dari pandangan kapitalisme yang ada dalam perusahaan. Perusahaan memberikan bentuk tanggung jawab sosial hanya sebagai kedok untuk memberikan atau meningkatkan keuntungan bagi mereka. Tetapi selain itu, sudah banyak pula

perusahaan yang sadar akan pentingnya pelaporan dan pengungkapan CSR yang memberikan dampak positif bagi perusahaannya. Perusahaan juga mampu memandang luas terhadap keadaan lingkungan sekitar perusahaan yang seharusnya memang salah satu bentuk dari tanggung jawab perusahaan. Sehingga mereka secara sukarela melakukan berbagai aktivitas sosial sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan. Selain itu berbagai karakteristik perusahaan, seperti ukuran perusahaan, *leverage*, jumlah prosentase kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, profile, dan profitabilitas diyakini dapat pula menjadi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Maka sebenarnya banyak hal yang dapat memotivasi perusahaan dalam hal pelaporan dan pengungkapan CSRnya. Hal tersebut menjadi menarik untuk diteliti, karena banyak faktor pendorong perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut.

Banyak penelitian yang telah dilakukan sebelumnya guna meneliti apa saja sebenarnya faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam melaporkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Tetapi berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan keanekaragaman hasil. Hasil penelitian Robert (1992) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) dalam Anggraini (2006) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan maupun tipe industri mempengaruhi pengungkapan sosial sedangkan profitabilitas tidak mempengaruhi.

Hasil penelitian Yuliani (2003) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dan tipe industri mempengaruhi pengungkapan sosial dan lingkungan, sedangkan untuk profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan sosial dan lingkungan. Hasil penelitian Sembiring (2005), menunjukkan bahwa hanya tiga karakteristik perusahaan yang berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu: ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan profil perusahaan, sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian Anggraini (2006) memberikan hasil bahwa kepemilikan manajemen dan jenis industri mempunyai pengaruh signifikan terhadap perusahaan untuk mengungkapkan akuntansi pertanggungjawaban sosial. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Maya dan Chrisna (2012), mengindikasikan bahwa *leverage* tidak memberikan dampak terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Sedangkan profitabilitas memiliki dampak positif signifikan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Selain dengan berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah disebutkan diatas, peneliti juga ingin mengetahui bagaimana reaksi pasar atas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Reaksi pasar tersebut dapat dilihat dari respon pasar atas laba perusahaan. Karena dengan penjelasan sebelumnya, informasi alternatif seperti informasi sosial yang semakin menjadi pertimbangan oleh investor, membuat informasi laba tidak lagi menjadi informasi yang utama bagi investor. Jika investor benar-benar menggunakan informasi sosial sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan tidak lagi menjadikan informasi laba sebagai

informasi utama dalam pengambilan keputusan, maka pengungkapan sosial (CSR disclosure) akan berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba (*Earning Response Coefficient, ERC*). Peneliti ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana sebenarnya reaksi investor terhadap laba perusahaan. Untuk itu peneliti menggunakan *Earning Response Coefficient* (ERC) sebagai model perhitungan atas respon pasar terhadap laba tersebut.

Penelitian sebelumnya yang telah meneliti bagaimana pengaruh CSR terhadap *Earning response Coefficient* (ERC) menunjukkan keanekaragaman hasil. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sayekti dan Wondabio (2007) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap ERC. Hasil yang sama ditunjukkan oleh penelitian Jayanti (2012) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh negatif terhadap nilai ERC. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Daud dan Syarifudin (2008) yang menunjukkan hasil bahwa secara parsial pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba (ERC). Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukirman dan Meiden (2012) yang tidak berhasil mengkonfirmasi bahwa pengungkapan informasi CSR berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba (ERC).

Dengan banyaknya perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, membuat tema penelitian ini menjadi menarik untuk diteliti kembali. Untuk itu diangkat beberapa faktor yang akan diteliti, terdiri atas ukuran perusahaan, profitabilitas, profile, ukuran dewan komisaris, *leverage*, dan kepemilikan manajemen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dengan mencoba menambahkan beberapa variabel faktor yang

mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan serta meneliti bagaimana pengaruhnya terhadap respon pasar atas laba perusahaan (*earning response coefficient*) setelah perusahaan melaporkan dan mengungkapkan pertanggung jawaban sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah jumlah prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
5. Apakah profile perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
6. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
7. Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah jumlah prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Untuk mengetahui apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Untuk mengetahui apakah profile perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
6. Untuk mengetahui apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
7. Untuk mengetahui apakah pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).

1.4 Kontribusi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi berbagai pihak, anatra lain :

1.4.1 Kontribusi Teori

- a. Hasil penelitian ini memberikan bukti tambahan mengenai hubungan berbagai karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen, ukuran dewan

komisaris, profile, dan profitabilitas) yang dapat memotivasi dan mempengaruhi perusahaan dalam melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR disclosure).

- b. Hasil penelitian ini memberikan bukti tambahan dalam pengaruh pengungkapan CSR terhadap respon pasar atas laba perusahaan (ERC).

1.4.2 Kontribusi Praktik

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi perusahaan, khususnya terhadap pihak manajemen perusahaan guna mempertimbangkan kembali kebermanfaatan CSR serta meninjau kembali faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kegiatan CSR.
- b. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat dijadikan tolak ukur dalam menggunakan informasi terkait dengan pengambilan keputusan.

1.4.3 Kontribusi Kebijakan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pembuat kebijakan dan standar akuntansi serta pemerintah bagaimana pentingnya suatu pengungkapan pertanggung jawaban sosial bagi perusahaan dan dapat menindaklanjuti peraturan atau standar yang telah dibuat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori yang Melandasi Pengungkapan CSR

2.1.1 Teori Agensi

Teori agensi menggambarkan bahwa manajemen sebagai agen dari suatu *principal*, dan pada umumnya *principal* diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain. Teori ini menjelaskan agen (manajemen) bekerja untuk *stakeholders*, dan salah satu pekerjaan mereka adalah memberikan informasi yang terkait dengan usaha yang dijalankan (Jensen & Meckling, 1976).

Dalam teori agensi dijelaskan, bahwa selalu terdapat perbedaan kepentingan antara agen dengan *principal* (pemilik perusahaan). Perbedaan kepentingan tersebut terjadi disebabkan oleh tujuan yang berbeda dari masing-masing pihak yakni pihak *principal* dan agen. Di satu sisi pihak *principal* atau pemilik perusahaan menginginkan perusahaan dikelola dengan baik, tetapi di sisi lain agen atau pihak manajemen memiliki sifat *self interest* yakni sifat yang selalu mementingkan kepentingan pribadi, sehingga pihak manajemen akan berusaha untuk memenuhi kepentingan pribadi dan mengesampingkan tanggung jawab yang diberikan oleh *principal*. Selain itu, adanya asimetri informasi yang terjadi antara pihak agen dan *principal* juga dapat memperparah terjadinya konflik kepentingan di antara keduanya. Asimetri informasi terjadi disebabkan pihak agen atau manajemen yang secara langsung terjun dalam mengelola perusahaan tentunya mendapatkan informasi yang lebih banyak daripada *principal*. Sehingga

manajemen mendapatkan informasi yang lebih banyak daripada pemilik perusahaan (*principal*). Asimetri informasi akan menciptakan ketidakpastian yang dapat memunculkan biaya agensi. Biaya tersebut dapat dikurangi dengan menyediakan informasi yang lebih, seperti informasi sosial.

2.1.2 Teori Legitimasi (Kontrak Sosial)

Teori Legitimasi telah dijelaskan dalam literatur, sebagai cara untuk menjelaskan kebijakan pengungkapan lingkungan perusahaan (Hogner, 1982; Lindblom, 1983; Patten, 1991, 1992, 2002). Teori ini berkisar pada konsep kontrak sosial. Kontrak sosial merupakan kontrak implisit dengan persetujuan masyarakat "untuk melakukan tindakan sosial yang diinginkan dengan imbalan persetujuan atau dukungan dari masyarakat untuk tujuan dan kelangsungan hidup utamanya "(Guthrie dan Parker, 1989, hal. 344) dalam (Deegan dan Unerman, 2006).

Teori Legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan harus bertujuan untuk mencapai keselarasan antara masyarakat dan perusahaan. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Teori Legitimasi juga menjelaskan bahwa organisasi harus melakukan aktivitas sosial tertentu yang diharapkan oleh masyarakat. Kegagalan untuk melakukan kegiatan yang diharapkan oleh masyarakat dapat menyebabkan entitas tidak lagi dianggap *legitimate* (hal itu dianggap melanggar kontrak sosial) dan hal ini pada gilirannya akan berdampak pada dukungan dari masyarakat, dan tentunya

akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Keberhasilan perusahaan dicapai bergantung sesuai dengan kontrak sosial (Deegan dan Unerman, 2006).

Terkait dengan CSR, teori kontrak sosial dapat dihubungkan dengan pernyataan bahwa suatu pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Sehingga dapat disimpulkan dengan adanya teori legitimasi, maka akan semakin membuat perusahaan terdorong untuk melaksanakan aktivitas atau kegiatan yang berkenaan dengan kegiatan sosial sebagai salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat serta dapat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup dan perkembangan berkelanjutan (*sustainable development*) suatu perusahaan.

2.1.3 Teori Stakeholder

Stakeholder is a group or an individual who can affect, or be affected by, the success or failure of an organization (Luk, Yau, Tse, Alan, Sin, Leo, dan Raymond, dalam Nor Hadi. 2011 : 93). Stakeholder merupakan suatu kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi dengan kesuksesan atau kegagalan dari suatu organisasi.

Gray, dkk (1994, hal.53) dalam Chariri (2008); Widiyanto (2011) menyatakan bahwa :

“Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya”

Dalam perspektif manajerial, Teori Stakeholder menjelaskan bahwa informasi merupakan suatu elemen utama yang dapat digunakan oleh organisasi untuk mengelola (atau memanipulasi) pemangku kepentingan dalam rangka untuk mendapatkan dukungan atau persetujuan mereka, atau mengalihkan perhatian oposisi atau ketidaksetujuan mereka. Hal ini konsisten dengan strategis yang disarankan oleh Lindbolm (1994). Neu, Warsame dan Podwell (1998) juga menemukan dukungan untuk pandangan bahwa kelompok pemangku kepentingan tertentu bisa lebih efektif daripada yang lain dalam menuntut pengungkapan tanggung jawab sosial. Sehingga dalam suatu perusahaan, manajemen diharapkan untuk melakukan aktivitas ekonomi dan pertanggung jawaban sosial lingkungan yang diharapkan oleh *powerful stakeholder* dan menyediakan informasi mengenai aktivitas tersebut (Deegan dan Unerman, 2006).

Meutia (2008) dalam Adisusilo (2011) mengungkapkan bahwa teori *stakeholders* menjelaskan pengungkapan sosial perusahaan sebagai cara untuk berkomunikasi dengan *stakeholders*, dan memiliki 2 cabang yaitu :

1. *Ethical* dan *normative* menyatakan bahwa semua *stakeholders* memiliki hak yang sama untuk diperlakukan secara adil, dan isu kekuasaan *stakeholders* tidak relevan dalam hal ini. Pandangan ini merefleksikan kerangka

pertanggung jawaban yang dilakukan oleh Gray *et al.*, dalam Meutia (2008) yang menyatakan bahwa organisasi bertanggung jawab kepada semua *stakeholders* untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan.

2. Cabang *positive* menjelaskan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan kelompok *stakeholders* yang berbeda. Semakin penting *stakeholders* bagi organisasi semakin besar usaha yang dilakukan untuk mengelola hubungan tersebut.

2.1.4 Institutional Theory

Perspektif ini mengasumsikan bahwa manajer suatu organisasi akan mengembangkan atau mengadopsi praktek-praktek baru (seperti tanggung jawab sosial perusahaan dan atau pelaporan sosial dan lingkungan) karena berbagai tekanan organisasi. misalnya organisasi lain mengembangkan praktek-praktek baru di daerah-daerah dan manajer yang khawatir bahwa, jika mereka tidak meniru organisasi-organisasi lain, mereka akan menerima resiko penolakan dari beberapa pemangku kepentingan mereka yang kuat secara ekonomi (Deegan dan Unerman, 2006).

Dengan adanya teori ini dapat disimpulkan bahwa suatu organisasi atau perusahaan akan bersaing dengan perusahaan lain dalam berbagai bidang seperti mengadopsi praktek-praktek baru agar terus dapat memenuhi tuntutan berbagai pihak.

2.1.5 Teori Signal (Signaling Theory)

Signal atau isyarat adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham dan Houston, 2001). Pengungkapan CSR ini merupakan sebuah sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak luar perusahaan atau pihak eksternal yang nantinya akan direspon oleh *stakeholders* dan *shareholders* melalui perubahan harga saham perusahaan dan perubahan laba perusahaan (Kurnianto dan Prastiwi, 2009).

2.1.6 Teori Ekonomi Politik

Teori ekonomi politik berpendapat bahwa "sistem akuntansi bertindak sebagai mekanisme yang digunakan untuk membuat dan mendistribusikan kekuasaan" (Buhr, 1998, hal. 165). Dalam perspektif teori ini dijelaskan bahwa munculnya kelompok penekan akan menciptakan ancaman bagi perusahaan.

Menurut Deegan (2002) dalam Ponny Harsanti (2011), perspektif yang dicakup dalam teori legitimasi dan juga teori ekonomi politik adalah bahwa masyarakat, politik, dan ekonomi tidak dapat dipisahkan. Isu-isu ekonomi tidak dapat diinvestigasikan secara bermakna dalam kondisi tidak ada pandangan tentang kerangka institusi politik dan ekonomi di mana kegiatan ekonomi itu dijalankan.

Menurut Branco (2007) terkait dengan teori ekonomi dan politik, CSR dipandang sebagai respon atas tekanan bersaing dari berbagai pemangku

kepentingan, seperti pemerintah, karyawan, lingkungan kelompok, pelanggan, kreditur, pemasok, aktivis sosial masyarakat, dan kelompok umum lainnya

2.1.7 Teori Sosial dan Politik

Berdasarkan teori sosial dan politik satu kelompok mungkin termasuk dalam tiga perspektif yaitu: teori stakeholder, teori legitimasi, dan teori ekonomi politik. Berbeda dengan kegunaan keputusan dan pendekatan teori ekonomi, teori-teori ini mengambil dari perspektif sistem, yakni mengakui bahwa perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh masyarakat di mana mereka beroperasi (Branco, 2007). Gray et al. (1995a: 67) dalam Branco (2007) berpendapat bahwa pendekatan yang berbeda dalam teori sosial dan politik harus dilihat bukan sebagai penjelasan kompetitif tetapi sebagai "sumber penafsiran dari faktor yang berbeda pada tingkat resolusi yang berbeda."

2.1.8 Positive Accounting Theory

Teori ini memprediksikan bahwa semua orang memiliki kepentingan pribadi (*self interest*). Sehingga teori ini memprediksi bahwa aktivitas atau kegiatan sosial dan lingkungan, dan yang berhubungan dengan pengungkapan akan terjadi jika memiliki implikasi keuntungan bagi pihak manajemen (Deegan dan Unerman, 2006).

Pengungkapan CSR dalam perspektif *positive accounting theory*, merupakan suatu hal yang dapat dipertimbangkan jika CSR tersebut dapat memberikan keuntungan bagi pihak manajemen.

2.1.9 Teori Risiko Reputasi Manajemen

Perspektif ini menjelaskan beberapa perspektif yang menganggap motivasi utama manajerial dalam pelaporan sukarela adalah sebagai maksimalisasi keuntungan perusahaan. Dalam perspektif risiko reputasi manajemen, diasumsikan bahwa reputasi perusahaan apapun memiliki nilai ekonomi, dan manajer akan menggunakan praktek-praktek sukarela (seperti pelaporan tanggung jawab sosial) untuk mencari, melindungi dan meningkatkan nilai serta menghasilkan potensi pendapatan atas reputasi organisasi antara powerful stakeholders (Deegan dan Unerman, 2006).

2.1.10 *Decision Usefulness Studies*

Dalam teori ini, dijelaskan bahwa para pengguna laporan akuntansi selain para investor akan dimasukkan dalam kriteria dasar pengguna laporan akuntansi, sehingga suatu pelaporan akuntansi dapat berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi oleh semua unsur pengguna laporan tersebut (Gray, et al., (1995) dalam Yuliana, (2008).

2.1.11 Tanggung jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility, CSR*)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006).

Sedangkan *World Business Council for Sustainable Development* (2004)

mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai berikut :

CSR is commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of live, in ways that are both good for business and good for development.

CSR merupakan komitmen dari bisnis atau perusahaan dalam rangka berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan bersama dengan tenaga kerja, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas, dengan cara yang baik untuk keduanya, yaitu baik untuk bisnis dan baik untuk pembangunan.

CSR menurut Lord Holme dan Richard Watt, dalam Nor Hadi (2011:46) :

“CSR adalah komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan memiliki kontribusi terhadap pembangunan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka, dan juga komunitas lokal serta masyarakat luas”

Dari berbagai definisi CSR diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa CSR merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan melaksanakan CSR, maka perusahaan diharapkan dapat memenuhi tuntutan masyarakat akan banyaknya kerusakan lingkungan yang diakibatkan dari berbagai aktivitas atau kegiatan operasional perusahaan.

2.1.12 Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR Disclosure)

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien (Hendriksen, 1996) dalam Zuhroh (2003).

Hendriksen (1998) dalam Yuliana (2008) menyatakan tiga konsep umum tentang pengungkapan yang umumnya diusulkan, yaitu :

1. Pengungkapan yang cukup (*adequate*), merupakan pengungkapan yang minimum cukup untuk membuat laporan tidak menyesatkan.
2. Pengungkapan yang wajar (*fair*), merupakan pengungkapan yang memberikan perlakuan sama bagi semua pembaca potensial.
3. Pengungkapan yang lengkap (*full*), merupakan penyajian semua informasi yang relevan.

Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005) pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate social responsibility* atau *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social reporting* merupakan suatu proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Pengungkapan tanggung jawab sosial juga dapat diartikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap *strategic-stakeholder*-nya, terutama komunitas dan masyarakat sekitar wilayah kerja dan operasinya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR disclosure) terdapat dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009) paragraf keduabelas yang berisi:

Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok

pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.

2.2 Earning Response Coefficient (ERC)

Scott (2000) mendefinisikan *earnings response coefficient* (ERC) sebagai berikut:

An earnings response coefficient measures the extent of a security's abnormal market return in response to the unexpected component of reported earnings of the firm issuing that security. (Scott, 2000, p. 152).

Dapat diartikan bahwa *Earning Response Coefficient* (ERC) mengukur seberapa besar abnormal return saham dalam merespon komponen yang tidak terduga dalam laba yang dilaporkan oleh perusahaan.

Beaver (1989) dalam Widiastuti (2002) mendefinisikan *Earning Response Coefficient* (ERC) sebagai “sensitifitas perubahan harga saham terhadap perubahan laba akuntansi”. Dalam hal ini ERC berkaitan dengan besaran informasi laba yang dapat dilihat atau tercermin dari return saham. Semakin besar ketidakpastian di masa yang akan datang maka besaran ERC akan semakin tinggi. Seingga diharapkan jika perusahaan melakukan pengungkapan informasi dalam laporan tahunannya dapat mengurangi ketidakpastian tersebut (Sukirman dan Meiden, 2012).

Asumsi yang mendasari penelitian ERC adalah bahwa investor merespon secara berbeda terhadap informasi laba akuntansi sesuai dengan kredibilitas atau kualitas informasi laba akuntansi tersebut (Syafudin, 2004 dalam Ardila, 2012). Menurut Pradipta dan Purwaningsih (2011), kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba akan tercermin pada tingginya ERC. Jika laba yang dilaporkan

kurang berkualitas maka akan terlihat dari lemahnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang akan tercermin pada rendahnya ERC.

Cho dan Jung (1991) dalam Indra et. al, (2011) mengklasifikasikan pendekatan teoritis ERC menjadi dua kelompok yaitu (1) model penilaian yang didasarkan pada informasi ekonomi (*information economics based valuation model*) seperti dikembangkan oleh Holthausen dan Verrechia (1988) dan Lev (1989) yang menunjukkan bahwa kekuatan respon investor terhadap sinyal informasi laba (*ERC*) merupakan fungsi dari ketidakpastian di masa mendatang. Semakin besar *noise* dalam sistem pelaporan perusahaan (semakin rendah kualitas laba), semakin kecil *ERC* dan (2) model penilaian yang didasarkan pada *time series* laba (*time series based valuation model*) seperti dikembangkan oleh Beaver, Lambert dan Morse (1980).

Beberapa alasan yang menyebabkan pasar bereaksi terhadap informasi laba adalah sebagai berikut (Scott, 2009) dalam Delvira dan Nelvirita (2013) :

1. Keyakinan sebelumnya (*prior belief*) dari investor yang didasarkan pada informasi yang tersedia tidak sama. Ketidaksamaan ini dipengaruhi oleh besar kecilnya informasi yang diperoleh dan kemampuan untuk menginterpretasinya.
2. Dengan masuknya informasi baru berupa laba, sebagian investor merevisi ekspektasinya dengan datangnya berita baik ini (*upward*). Namun sebagian investor yang sebelumnya memiliki ekpektasi yang terlalu tinggi mungkin akan

menginterpretasikan informasi laba tersebut sebagai berita buruk (*downward*).

3. Investor yang merevisi ekspektasinya sebagai berita baik akan bersedia membeli sekuritas pada harga sekarang, sedangkan investor yang merevisi ekspektasinya sebagai berita buruk akan melakukan sebaliknya.
4. Investor dapat mengobservasi jumlah sekuritas yang diperdagangkan dengan munculnya informasi baru berupa laba sekarang.

Persistensi laba didefinisikan sebagai laba yang dapat digunakan sebagai pengukur laba itu sendiri. Artinya, laba saat ini dapat digunakan sebagai indikator laba periode mendatang (*future earnings*). Laba yang semakin persisten menunjukkan laba yang semakin informatif, sebaliknya jika laba kurang persisten, maka laba menjadi kurang informatif (Tucker dan Zarowin, 2006) dalam (Sunarto, 2008).

Menurut Scott, (2005) faktor-faktor yang menentukan perbedaan ERC adalah sebagai berikut :

1. *Beta*. Semakin tinggi beta (semakin tinggi risiko keuntungan yang diharapkan di masa depan), semakin rendah reaksi investor terhadap jumlah laba (*earnings*) yang tidak diharapkan.
2. *Capital structure*. Apabila tingkat leverage perusahaan tinggi, pengumuman informasi laba lebih merupakan berita baik bagi kreditor daripada bagi pemegang saham. Karena itu, reaksi pasar

lebih rendah terhadap berita baik perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi dibandingkan tingkat *leverage* lebih rendah.

3. *Persistence*. Reaksi pasar lebih tinggi terhadap informasi laba yang diharapkan berlaku konsisten dalam jangka panjang dibandingkan informasi laba yang bersifat sementara. Reaksi pasar lebih tinggi terhadap pengumuman laba karena pengenalan produk baru daripada pengumuman laba karena penjualan aktiva tetap.
4. *Earnings quality*. Semakin tinggi kualitas laba diharapkan semakin tinggi ERC. Kualitas laba adalah besarnya *probabilitas main diagonal* dalam kaitannya dengan informasi.
5. *Growth opportunity*. Berita baik (*good news*) dan berita buruk (*bad news*) mengimplikasikan prospek akan pertumbuhan laba. Semakin tinggi pertumbuhan laba akan semakin besar reaksi pasar (semakin tinggi ERC).
6. *The informativeness of price (firm size)*. Semakin informatif harga (proksinya adalah *firm size*), semakin sedikit kandungan informasi tentang pengumuman laba. Reaksi pasar tidak terlalu besar atas pengumuman laba perusahaan besar yang sering muncul dalam pemberitaan dan media massa.

Penelitian ERC ini didasarkan pada teori value relevance laba (reaksi investor terhadap pengumuman laba). *Value relevance* informasi laba merupakan kemampuan laba untuk mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan investasi/reaksi investor terhadap pengumuman laba (Hidayati dan Murni, 2009).

Value relevance informasi laba dijelaskan sebagai kemampuan laba dalam menjelaskan return saham yang akan diukur dengan menggunakan besaran ERC. Menurut Ball dan Brown (1968) dalam Jayanti (2012) perubahan harga saham akan bergerak sesuai dengan harapan investor akan laba di masa yang akan datang, sehingga membuat informasi laba tentunya akan mempengaruhi tingkah laku investor dalam mengambil keputusan.

Value relevance informasi laba dapat dihubungkan dengan *informativeness earnings* sehingga laba dikatakan informatif jika dapat memberikan informasi bagi investor dalam pengambilan keputusan. Laba sering menjadi salah satu informasi yang dipertimbangkan oleh investor. Dengan semakin berkembangnya informasi pertanggung jawaban sosial perusahaan, maka diharapkan informasi laba tidak lagi menjadi perhatian utama investor. Sejalan dengan pernyataan Hidayati dan Murni (2009) jika investor memperhatikan pengungkapan CSR dalam pengambilan keputusan investasi maka perhatian terhadap laba secara tidak langsung menurun sehingga *value relevance* laba menjadi lebih kecil dengan demikian koefisien respon laba (ERC) akan menjadi menurun atau negatif.

BAB III

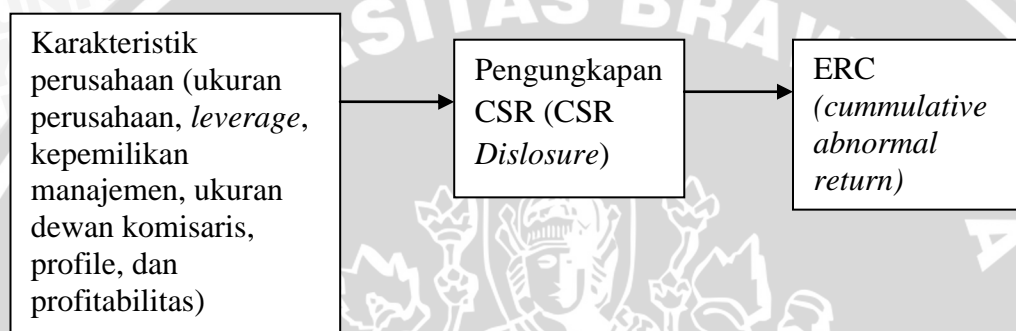
KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

HIPOTESIS

3.1 Kerangka Konseptual Penelitian

Gambar 3.1

Kerangka Konseptual Penelitian



Penelitian ini menggunakan konsep penelitian yang bertujuan untuk menguji dua hipotesis yang dibagi menjadi dua tahap. Tahap pertama, yaitu pengujian hipotesis karakteristik perusahaan yang terdiri atas ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, profile, dan profitabilitas yang akan diuji pengaruhnya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Kemudian setelah dilakukan pengujian pengaruh karakteristik perusahaan terhadap CSR, maka penelitian ini akan dilanjutkan dengan tahap kedua. Tahap kedua dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengungkapan CSR terhadap respon pasar atas laba perusahaan (ERC).

1. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap CSR

Dalam melakukan pelaksanaan tanggung jawab sosial, perusahaan memiliki berbagai faktor yang mendasari dalam pengungkapan

tanggung jawab sosial tersebut. Dalam hal ini faktor yang melandasi pengungkapan tanggung jawab sosial terdiri atas berbagai karakteristik perusahaan, antara lain : ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, profile, dan profitabilitas. Selanjutnya, karakteristik tersebut akan diuji pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Pengaruh CSR terhadap Respon Pasar atas Laba Perusahaan

Pengungkapan CSR diharapkan menjadi salah satu bentuk informasi alternatif yang akan direspon oleh pasar selain informasi laba. Untuk itu, perlu diuji kembali apakah informasi alternatif seperti informasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) benar-benar direspon oleh pasar, sehingga informasi laba yang sudah lama menjadi perhatian utama oleh investor akan berubah dan semakin mempertimbangkan informasi alternatif seperti informasi sosial (CSR).

Respon pasar atas laba perusahaan tersebut akan diukur dengan menggunakan ERC. ERC merupakan suatu pengukuran yang memproksikan antara *abormal return* dengan *unexpected earning*. Sehingga dapat diketahui bagaimana pengaruh CSR terhadap respon pasar atas laba perusahaan.

3.2 Pengembangan Hipotesis

3.2.1 Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

a. Ukuran Perusahaan

Menurut ukurannya, perusahaan dapat dibedakan menjadi dua kategori yakni perusahaan besar dan perusahaan kecil. Perusahaan-perusahaan besar lebih memungkinkan untuk mengungkapkan semua jenis informasi sosial daripada perusahaan kecil. Hal tersebut dikarenakan perusahaan besar memiliki insentif yang lebih besar untuk dapat mengungkapkan informasi-informasi yang dibutuhkan bagi pengambilan keputusan.

Dalam kaitan dengan teori agensi, perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil, hal ini dimaksudkan untuk mengurangi besarnya biaya agensi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Menurut Surtijo (1999) dalam Ardian (2013) perusahaan besar umumnya memiliki jumlah aktiva yang besar, penjualan besar, *skill* karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, struktur kepemilikan lengkap, sehingga membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas. Perusahaan yang lebih besar juga akan lebih banyak mendapat perhatian dari masyarakat luas, untuk itu perusahaan akan memberikan informasi yang lebih banyak. Selain itu, biaya agensi yang lebih tinggi pada perusahaan besar yang dikarenakan oleh pemegang saham yang tersebar luas, mengakibatkan pengungkapan informasi yang lebih banyak dapat mengurangi biaya agensi potensial tersebut (Watts dan Zimmerman, 1983)

Suatu perusahaan yang sudah mapan akan memiliki akses yang mudah menuju pasar modal, sementara perusahaan baru dan masih kecil akan mengalami banyak kesulitan untuk melakukan akses ke pasar modal. Selain itu, ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar

perusahaan semakin dikenal masyarakat yang berarti semakin mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan (Hartono, 2003 dalam Ardila, 2012). Untuk itu hipotesis yang dikembangkan adalah :

H1 : ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

b. Leverage

Leverage merupakan salah satu indikator yang dapat mempengaruhi luas pengungkapan suatu perusahaan. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976 dalam Anggraini, 2006).

Dalam penelitian ini, leverage akan didasarkan pada teori signal. Menurut Laksmiyaningrum dan Purwanto (2013) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara tingkat leverage dengan pengungkapan CSR, dikarenakan manajemen dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR agar tidak menjadi sorotan *debtholders*.

Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan membutuhkan pengungkapan yang lebih luas guna melaporkan laba dalam jumlah yang tinggi, biasanya dengan menggeser laba periode masa depan ke periode saat ini. Hal tersebut sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Scott (2000) dalam Fahrizqi (2010) yang menyatakan bahwa semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka akan dapat menyebabkan perusahaan tersebut mengalami banyak pelanggaran terhadap kontrak utang, sehingga manajer akan berusaha

untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H2 : *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

c. Kepemilikan Manajemen

Dalam teori agensi dijelaskan bahwa terjadi konflik kepentingan antara manajer dan principal yang dikarenakan adanya asimetri informasi. Manajer mendapat informasi yang lebih banyak daripada principal. Untuk mengurangi adanya konflik tersebut, dapat dilakukan dengan memperbesar jumlah kepemilikan manajemen dalam suatu perusahaan. Dengan jumlah kepemilikan manajemen yang lebih besar diharapkan keputusan yang diambil tidak hanya menguntungkan manajer saja, melainkan dapat menguntungkan bagi pemilik perusahaan.

Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil (Jensen & Meckling (1976) dalam Anggraini (2006). Dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Sebaliknya, semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan biaya pengawasan (monitoring)

menjadi rendah. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray, et al., 1988 dalam Anggraini (2006).

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H3 : jumlah prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

d. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan salah satu elemen penting bagi tata kelola perusahaan yang bertugas mengawasi pelaksanaan aktivitas perusahaan sehingga dikelola dengan semestinya oleh agen mereka (Said, et, al., 2009) dalam (Ardian, 2013). Coller dan Gregory (1999) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Sebagai wakil dari prinsipal di dalam perusahaan, dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial, karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi didalam entitas. Dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan, maka *image* perusahaan akan semakin baik (Gray *et al.*, 1988 dalam Anggraini, 2006; Nur dan Priantinah, 2012).

Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan dewan komisaris terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Oleh karena itu, semakin besar ukuran dewan komisaris

maka akan semakin banyak pula tekanan perusahaan dalam hal pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H4 : ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

e. Profile

Menurut jenisnya perusahaan terbagi menjadi dua kategori yaitu perusahaan dengan kategori *high profile* dan perusahaan dengan kategori *low profile*. Perusahaan dengan kategori *high profile*, merasa perlu menerapkan luas pengungkapan sosial yang lebih baik dengan tujuan untuk menciptakan penilaian yang positif terhadap kinerja perusahaan (Nahar, 2007).

Perusahaan yang terklasifikasi dalam kelompok industri *high profile*, antara lain perusahaan perminyakan dan pertambangan lain, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan, serta transportasi dan pariwisata. Sedangkan kelompok industri *low profile* terdiri dari bangunan, keuangan dan perbankan, pemasok peralatan medis, properti, *retailer*, tekstil dan produk tekstil, produk personal dan produk rumah tangga (Hackston dan Milne, 1996; Utomo, 2000).

Profile perusahaan diduga menjadi salah satu karakteristik perusahaan yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Banyak penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa industri dengan kategori *high profile* akan mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial lebih banyak daripada perusahaan dengan kategori *low profile*.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H5 : profile perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

f. Profitabilitas

Dalam penelitian sebelumnya, seperti penelitian dari Li dan McConomy (1999) dan Neu, Warsame dan Pedwell (1998) menunjukkan bahwa profitabilitas suatu perusahaan terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman dan Haire, 1976 dan Preston, 1978 dalam Hackston dan Milne 1996).

Singhvi dan Desai (1971) berpendapat bahwa ketika profitabilitas tinggi dan perusahaan mencapai margin keuntungan yang tinggi, menyebabkan kelompok manajerial akan termotivasi untuk mengungkapkan informasi lebih banyak untuk memberikan reputasi yang baik kepada konsumen, pemegang saham, investor, dan pemangku kepentingan lainnya. Di sisi lain, jika profitabilitas rendah atau perusahaan menderita kerugian, mereka dapat mengungkapkan informasi yang lebih sedikit dalam rangka untuk menutupi alasan untuk kerugian tersebut.

Browman & Haire (1976) dalam Hackston dan Milne (1996); Yuliani (2003) menyatakan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memungkinkan manajemen untuk lebih bebas dan fleksibel dalam melakukan dan menyatakan pada pemegang saham mengenai program-program pertanggung jawaban sosial yang luas.

Vence (1975) dalam Belkaoui & Karpik (1989); Anggraini (2006) mempunyai pandangan yang berkebalikan, bahwa pengungkapan sosial perusahaan justru memberikan kerugian kompetitif (*competitive disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut. Pendapat lain yang dikemukakan oleh (Sembiring, 2005) menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang rendah akan melaporkan lebih banyak informasi daripada perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah dianggap akan memberikan hal lain yaitu berita baik (*good news*) bagi para investor, sehingga diharapkan investor dapat melihat berita baik dibalik berita profitabilitas rendah perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2003) dan Sembiring (2005), tidak dapat membuktikan bahwa profitabilitas suatu perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk itu variabel profitabilitas akan diuji kembali dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H6 : profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3.2.2 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Respon Pasar atas Laba Perusahaan (ERC)

Setelah dilakukan berbagai analisis mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, selanjutnya peneliti mencoba untuk menguji

pengaruh dari pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut dalam laporan tahunan perusahaan terhadap respon pasar terhadap laba perusahaan (*Earning Response Coefficient*, ERC).

Menurut Scott (2009) dalam Delvira dan Nelvirita (2013) faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan *earnings response coefficient* (ERC) antara satu perusahaan dengan perusahaan lain adalah risiko sistematis yang diukur dengan menggunakan beta, struktur modal atau *leverage*, persistensi laba (*earning quality*) yang digunakan sebagai indikator kualitas laba, kesempatan bertumbuh (*growth opportunities*), *the similarity of investor expectations*, dan *the informativeness of price* yang biasanya diproksi dengan menggunakan ukuran perusahaan (*firm size*).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat pengungkapan CSR terhadap *informativeness of earnings* yaitu sejauh mana laba dapat memberikan informasi bagi pasar. Menurut Sayekti dan Wondabio (2007) investor diharapkan akan mempertimbangkan informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, sehingga dalam pengambilan keputusan investor tidak semata-mata mendasarkan pada informasi laba saja.

Laba merupakan salah satu informasi yang sering menjadi pertimbangan oleh investor. Dengan semakin berkembangnya informasi pertanggung jawaban sosial perusahaan (CSR), maka diharapkan informasi laba tidak lagi menjadi perhatian utama investor. Sejalan dengan pernyataan Hidayati dan Murni (2009), jika investor memperhatikan pengungkapan CSR dalam pengambilan keputusan investasi maka perhatian terhadap laba secara tidak langsung menurun sehingga *value relevance* laba (kemampuan laba untuk mempengaruhi investor dalam

mengambil keputusan/reaksi investor terhadap pengumuman laba) yang diukur menggunakan ERC menjadi lebih kecil.

Beberapa peneliti telah menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap ERC dan menunjukkan keanekaragaman hasil. Hasil penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) memberikan hasil empiris yang menunjukkan bahwa, pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap ERC. Hasil yang sama ditunjukkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jayanti (2012) yang memberikan hasil bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh negatif terhadap nilai ERC, penelitian ini juga menemukan hasil bahwa variabel *growth* dan *leverage* bukan termasuk sebagai variabel moderator dan secara individual mampu mempengaruhi nilai ERC. Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Daud dan Syarifudin (2008) menunjukkan hasil yang berbeda yakni secara parsial pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap koefisien respon laba (ERC). Hal ini bertentangan dengan hipotesis yang mengharapkan pengaruh pengungkapan CSR untuk mendapatkan koefisien respon laba (ERC) yang negatif.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H7 : pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh negatif terhadap terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC).

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini digunakan metode statistik untuk menganalisis data dan menguji teori.

4.2 Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2012. Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder. Sampel yang digunakan dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*, sehingga yang dijadikan sampel adalah sampel acak yang dipilih dari seluruh perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Sampel yang digunakan merupakan sampel yang sesuai dengan kriteria yang terdiri atas :

3. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2012
4. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap
5. Perusahaan manufaktur yang melaporkan pertanggung jawaban sosial (CSR). Perusahaan yang melakukan praktik pengungkapan sosial dan lingkungan ditunjukkan dengan minimal melakukan pengungkapan salah satu tema

voluntary disclosure (lingkungan, kemasyarakatan, tenaga kerja, produk, konsumen atau energi) dalam laporan tahunannya menurut metode *content analysis* (Hackston dan Milne, 1996, dalam Zaenuddin (2007).

6. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tidak mengalami kerugian selama periode 2011-2012.
7. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2011-2012 yang menggunakan mata uang rupiah.
8. Perusahaan yang memiliki informasi lengkap guna mendukung variabel-variabel penelitian dan analisis data yang akan diuji.

Tabel 4.1
Sampel Penelitian

No	Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah Perusahaan	
		Tahun 2011	Tahun 2012
1	Seluruh perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur yang <i>listing</i> di BEI	131	134
2	Perusahaan yang tidak melaporkan laporan tahunan dalam website BEI	(26)	(19)
3	Perusahaan yang mengalami kerugian	(16)	(9)
4	Perusahaan yang mengalami defisiensi ekuitas	(4)	(3)
5	Perusahaan yang menggunakan mata uang selain mata uang rupiah	(8)	(22)
6	Perusahaan manufaktur yang <i>listing</i> di BEI selama tahun 201-2012 dan tidak melaporkan CSR	(18)	(8)
	Sampel Penelitian	58	72
	Jumlah Sampel	130	

Sumber : www.idx.co.id (data diolah)

4.3 Sumber Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan (Indrianto dan Supomo, 2002, dalam Yuliana, 2008). Data sekunder bersumber dari laporan tahunan perusahaan pada tahun 2011-2012 yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diakses melalui www.idx.co.id

4.4 Teknik pengumpulan data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Data diambil berdasar laporan tahunan selama periode 2011-2012 yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diakses melalui www.idx.co.id dan Indonesia Capital Market Directory (ICMD) serta Pojok BEI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Pengumpulan data dilakukan dengan studi *time series*. *Time series* merupakan sebuah studi pengumpulan data statistik yang disusun berdasarkan urutan waktu kejadian.

4.5 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan dua tahap analisis, tahap analisis pertama digunakan untuk menguji berbagai karakteristik perusahaan yang terdiri atas 6 variabel (ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, profile, dan profitabilitas), yang akan diuji pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Tahap analisis kedua digunakan untuk

menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR disclosure) terhadap respon pasar atas laba (ERC).

Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan variabel penelitian beserta indikator dan skala pengukurannya :

Tabel 4.2
Variabel, Indikator, dan Skala Pengukuran

Variabel Dependen	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
CSR Disclosure (Y1)	Indeks Pengungkapan GRI	Rasio
ERC (Y2)	Cummulative Abnormal Return	Rasio
Variabel Independen	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
Ukuran Perusahaan (X1)	Log Total Aset	Rasio
Leverage (X2)	Total Kewajiban/Total Ekuitas	Rasio
Kepemilikan Manajemen (X3)	% lembar saham yang dimiliki manajemen	Rasio
Ukuran Dewan Komisaris (X4)	Jumlah anggota dewan komisaris	Rasio
Profile (X5)	Variabel dummy High profile=1 Low profile=0	Rasio
Profitabilitas (X6)	Earning After Tax (EAT)/Total Ekuitas	Rasio

4.5.1 Variabel Independen

4.5.1.1 Ukuran Perusahaan (X1)

Belkoui dan Karpik (1989) menggunakan log penjualan bersih dalam penelitian mereka, sedangkan Trotman dan Bradley (1981) menggunakan penjualan dan total aset. Cowen *et. al.* (1987) menggunakan ranking Fortune (Zaenuddin, 2007). Penelitian ini menggunakan log total asset sebagai pengukuran untuk ukuran perusahaan.

4.5.1.2 Leverage (X2)

Leverage yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan pengukuran yang digunakan Kokubu *et. al.*, (2001) yaitu rasio hutang terhadap modal sendiri (*debt to equity ratio*). Adapun pengukurannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{total kewajiban}}{\text{total ekuitas pemegang saham}}$$

4.5.1.3 Kepemilikan Manajemen (X3)

Kepemilikan Manajemen diukur dengan prosentase saham yang dimiliki manajemen. Adapun perhitungan untuk prosentase kepemilikan manajemen adalah sebagai berikut :

$$\text{Prosentase kepemilikan manajemen} = \frac{\text{saham yang dimiliki manajemen}}{\text{jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

4.5.1.4 Ukuran Dewan Komisaris (X4)

Berdasarkan teori agensi, keberadaan dewan komisaris sebagai wakil para pemilik saham yang duduk didalam perusahaan tugasnya adalah untuk mengontrol adanya tindakan oportunistik dari manajer (Cahyono, 2010).

Menurut Collier dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005) dewan komisaris berfungsi untuk memonitor dan mengendalikan CEO. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif.

Ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dengan Beasley (2000) dalam Sembiring (2005), yaitu jumlah anggota dewan komisaris.

4.5.1.5 Profile (X5)

Dummy variabel akan digunakan untuk mengklasifikasikan *high-profile* dan *lowprofile*. *High-profile* akan diberi nilai 1 yaitu untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang: perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata (Hasibuan, 2001; Henny dan Murtanto, 2001; Utomo, 2000; Hackston dan Milne, 1996). Nilai 0 diberikan untuk perusahaan yang *low-profile*, yang meliputi bidang bangunan, keuangan dan perbankan, suplier peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga (Sembiring, 2005)

4.5.1.6 Profitabilitas (X6)

Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan *Return on Asset* (EBIT/total aset), hal ini dilakukan dalam penelitian Hackston dan Milne (1996); Cowen et. al (1987). Keunikan dari interpretasi rasio profitabilitas industri yang diukur dengan ROA dan ROE industri adalah bahwa rasio ini mencerminkan daya tarik bisnis (*business attractiveness*) (Yuliana, 2008). Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan penghitungan ROE, karena ROE merupakan perhitungan dari laba bersih yang besarnya keuntungan yang telah dihitung sudah mempertimbangkan biaya sosial yang dikeluarkan oleh perusahaan (Wakid, 2012).

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{laba setelah pajak (EAT)}}{\text{total ekuitas}}$$

4.5.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya atau faktor-faktor lain. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel dependen yaitu pengungkapan tanggung jawab sosila perusahaan dan respon pasar atas laba perusahaan (ERC).

4.5.2.1. Pengungkapan Tanggung jawab Sosial CSRD (Y1)

Penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996), yang didasarkan pada penelitian terdahulu dari Ernst & Ernst (1978), Guthrie dan Parker (1990), Gray et. Al (1995a) dilakukan dengan menggunakan metode *checklist*, dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum.

Sedangkan untuk penelitian ini, pengungkapan tanggung jawab sosial akan diukur dengan proksi CSRD (corporate social responsibility disclosure index) berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*). GRI digunakan sebagai indikator pengungkapan tanggung jawab sosial dengan total 79 item pengungkapan antara lain: 9 item pengungkapan dalam Aspek Ekonomi, 30 item pengungkapan dalam Aspek Lingkungan, 9 item pengungkapan dalam Aspek Hak-hak Manusia, 14 item pengungkapan dalam aspek Praktik Tenaga Kerja dan Pekerjaan yang Layak, 8 item pengungkapan dalam Aspek Masyarakat, serta 9 item pengungkapan dalam aspek Tanggung Jawab Produk.

Pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi

nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa *et al.*, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut (Haniffa *et al.*, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Adapun rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j , $n_j \leq 79$

X_{ij} : *dummy variable*: 1 = jika *item i* diungkapkan; 0 = jika *item i* tidak diungkapkan

4.5.2.2 Respon Pasar atas Laba Perusahaan (ERC) (Y2)

Variabel dependen (Y2) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Earning Response Coefficient* (ERC). ERC merupakan pengukur seberapa besar return saham dalam merespon laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Dengan kata lain terdapat variasi hubungan antara laba perusahaan dengan return saham (Scott, 2000). Menurut Pradipta dan Purwaningsih (2011), ERC merupakan koefisien yang menunjukkan besarnya reaksi pasar terhadap laba akuntansi yang diumumkan perusahaan. ERC dapat dihitung menggunakan CAR (Cumulative Abnormal Return).

Penentuan *window (time interval)* untuk mengukur *cummulative abnormal return* (CAR) saham perusahaan merupakan hal yang penting. Jika terlalu pendek,

maka ukuran CAR tidak akan dapat menangkap reaksi pasar yang mungkin terjadi di luar *window* tersebut, misalnya karena reaksi investor yang lambat (Lev, 1989). Sebaliknya, jika *time interval* terlalu panjang, maka dapat memberikan pengukuran yang bias mengenai kontribusi informasi yang diungkapkan oleh perusahaan (Lev, 1989). Penelitian ini menggunakan *window(time interval)* pada periode yaitu 3 hari sebelum (-3) dan sesudah (+3) tanggal publikasian laba akuntansi yang termasuk dalam kategori *event window* pendek, yang dipandang cukup mendeteksi *abnormal return* yang terjadi akibat publikasi laba sebelum *confounding effect* mempengaruhi *abnormal return* tersebut (Daud dan Syarifuddin, 2008).

Pengukuran *abnormal return* dalam penelitian ini menggunakan *market-adjusted model* yang mengasumsikan bahwa pengukuran *expected return* saham perusahaan yang terbaik adalah *return* indeks pasar (Pincus, 1993, dalam Widiastuti, 2002; Junaedi, 2005). Untuk memperoleh data *abnormal return*, terlebih dahulu harus mencari *Returns* saham harian dan *Returns* pasar harian (Murwaningsari, 2007).

Rumus perhitungan *returns* saham harian adalah sebagai berikut :

$$R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$$

Dimana :

R_{it} adalah *return* saham perusahaan i pada hari ke t

P_{it} adalah harga saham perusahaan i pada waktu t

P_{it-1} adalah harga saham perusahaan i pada waktu $t-1$

Rumus perhitungan *return* pasar harian adalah sebagai berikut :

$$R_{mt} = \frac{IHS_{Gt} - IHS_{Gt-1}}{IHS_{Gt-1}}$$

Dimana :

R_{mt} adalah *return* indeks pasar pada hari ke- t .

IHS_{Gt} adalah Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t

IHS_{Gt-1} adalah Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu $t-1$

Setelah menghitung *return* saham harian dan *reurn* pasar harian, maka dapat dihitung *abnormal return* dengan rumus sebagai berikut :

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$$

Dimana:

AR_{it} adalah *Abnormal return* untuk perusahaan i pada hari ke- t .

R_{it} adalah *Return* harian perusahaan i pada hari ke- t .

R_{mt} adalah *Return* indeks pasar pada hari ke- t .

Setelah mengetahui *abnormal return* perusahaan maka dapat diperoleh jumlah *abnormal return* keseluruhan (*cummulative abnormal return*).

$$CAR = \sum AR_{it}$$

4.6 Model Penelitian

Sesuai dengan pembahasan sebelumnya, penelitian ini menggunakan dua tahap analisis. Untuk itu, digunakan pula dua model penelitian untuk melakukan pengujian atas dua tahap analisis tersebut. Model penelitian pertama digunakan untuk menguji berbagai karakteristik perusahaan (ukuran perusahaan, *leverage*,

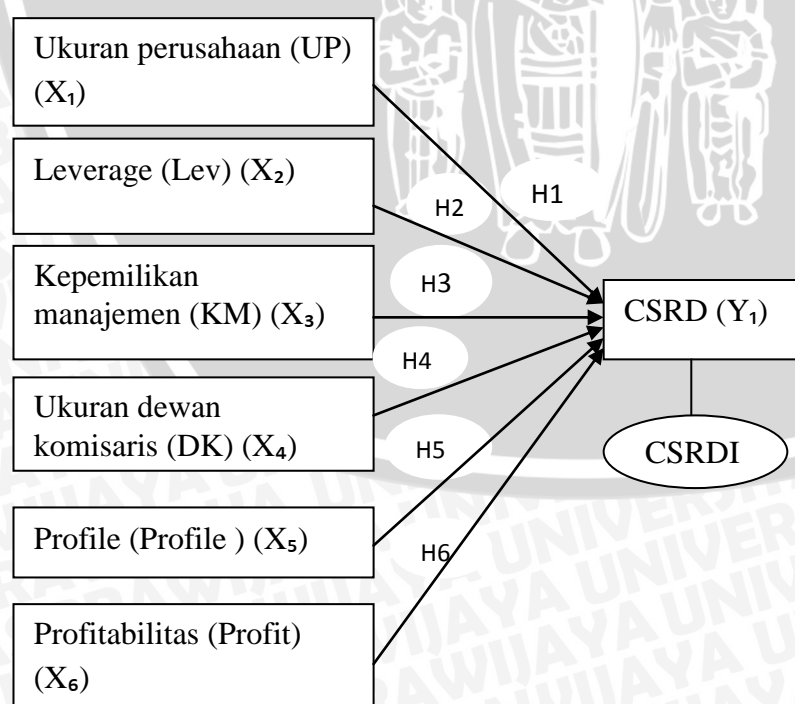
kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, profile, dan profitabilitas), yang akan diuji pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Selanjutnya, model penelitian kedua digunakan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR disclosure) terhadap respon pasar atas laba (ERC).

4.6.1 Model Penelitian Tahap Pertama

Model penelitian tahap pertama bertujuan untuk menguji hipotesis karakteristik perusahaan yang terdiri atas ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, profile, dan profitabilitas yang akan diuji pengaruhnya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Gambar 4.1

Model Penelitian Pertama



Model penelitian yang digunakan dalam mengukur berbagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam penelitian ini adalah model analisis regresi berganda. Adapun untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan digunakan persamaan sebagai berikut :

$$CSR D = \beta_0 + \beta_1 UP + \beta_2 Lev + \beta_3 KM + \beta_4 DK + \beta_5 Profit + \beta_6 Profile + e$$

Keterangan :

CSR D = Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

UP = Ukuran Perusahaan yang dihitung dari log total aset

Profit = Pendapatan per-lembar saham

Profile = *Profile*

DK = Jumlah anggota dewan komisaris

Lev = Rasio hutang terhadap modal sendiri

KM = Kepemilikan manajemen

β_0 = *Intercept*

β_1, \dots, β_5 = Koefisien regresi

e = *Error*

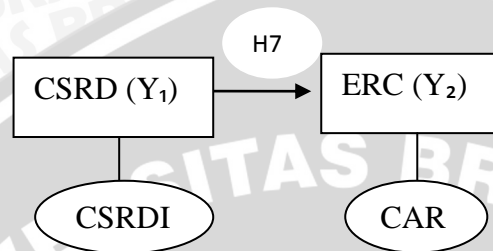
4.6.2 Model Penelitian Tahap Kedua

Model penelitian kedua digunakan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR disclosure) terhadap respon pasar atas

laba (ERC). Penelitian ini menggunakan model analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*).

Gambar 4.2

Model Penelitian Kedua



Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengungkapan CSR terhadap respon pasar atas laba perusahaan (ERC) digunakan persamaan sebagai berikut :

$$ERC = \beta_0 + \beta_7 CSRD + e$$

Keterangan :

β_0 = *Intercept*

β_7 = Koefisien regresi

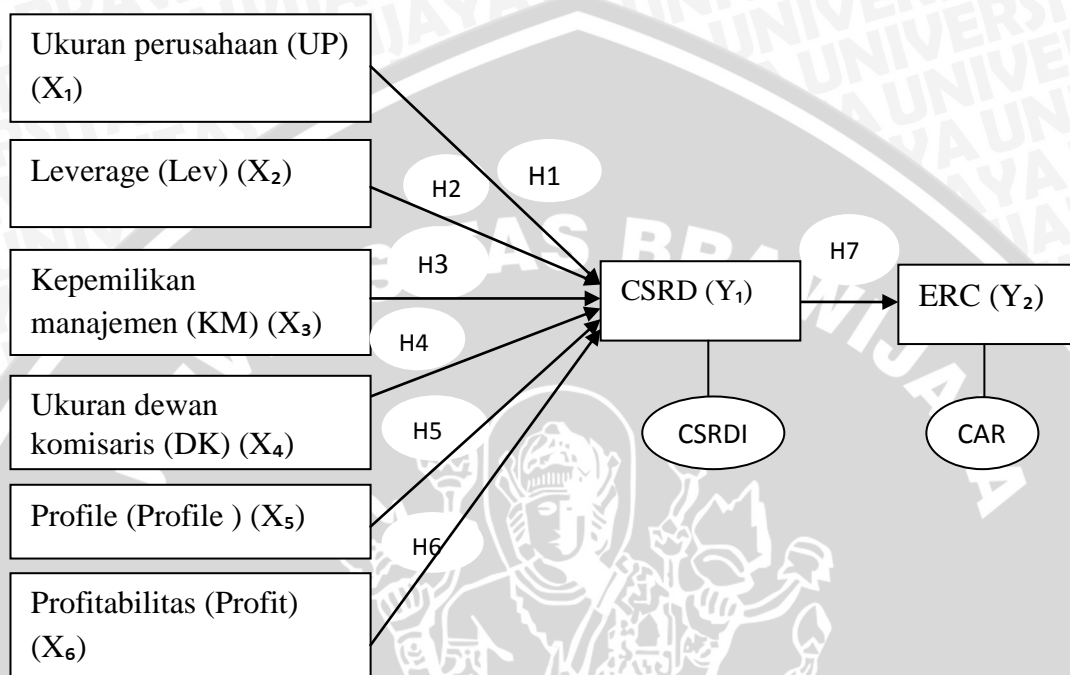
e = *Error*

CSRD = Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

ERC = *Earning Response Coefficient*

Gambar 4.3

Model Penelitian Keseluruhan



Model penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$CSR = \beta_0 + \beta_1 UP + \beta_2 Lev + \beta_3 KM + \beta_4 DK + \beta_5 Profit + \beta_6 Profile + e \dots\dots\dots(1)$$

$$ERC = \beta + \beta CSR + e \dots\dots\dots(2)$$

CSR = Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

UP = Ukuran Perusahaan yang dihitung dari log total aset

Profit = Pendapatan per-lembar saham

Profile = *Profile*

DK = Jumlah anggota dewan komisaris

Lev = Rasio hutang terhadap modal sendiri

KM = Kepemilikan manajemen

β_0 = *Intercept*

β_1, \dots, β_5 = Koefisien regresi

e = *Error*

ERC = *Earning Response Coefficient*

4.7 Teknik Analisis Data

4.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini guna memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data. Distribusi data meliputi nilai maksimum, minimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian.

4.7.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan metode analisis data, terlebih dahulu data diolah lalu diuji dengan *multiple regresi*, kemudian variabel bebas yang layak diikutsertakan pada uji selanjutnya menggunakan analisis regresi dan korelasi.

4.7.2.1 Uji Normalitas

Asumsi bahwa data yang digunakan adalah berdistribusi normal, diperlukan untuk mengarahkan *statistical test* (uji signifikansi) dari variabel-variabel independen (Koutsoyianis, 1985). Menurut Ghazali (2011), uji

normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data (berupa titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Pengambilan keputusan berdasar pada Ghozali (2011):

9. Jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
10. Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati. Oleh karena itu uji normalitas perlu dilengkapi dengan uji statistik.

4.7.2.2 Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2011).

Uji multikolineritas digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menunjukkan adanya hubungan linier diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Nilai *Tolerance* yang semakin kecil atau mendekati nol

mengindikasikan terjadinya *multikolineritas*, sedangkan nilai VIF apabila lebih kecil dari 10 mengindikasikan bahwa dalam model tidak terjadi *multikolineritas*, tetapi jika nilai VIF apabila lebih besar dari 10 mengindikasikan bahwa dalam model terjadi *multikolineritas*.

4.7.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik merupakan model regresi yang bebas dari autokorelasi.

4.7.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji model regresi berkaitan dengan ketidaksamaan *variance residual* dari satu pengamatan ke pengamatan lain atau dapat dikatakan terjadi ketidaksamaan antara data yang diteliti.

Uji Glejser digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas. Jika hasil uji ini menunjukkan tidak ada satupun variabel yang signifikasinya dibawah 5%, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

4.7.3 Uji Hipotesis

4.7.3.1 Uji F (Uji Simultan)

Untuk membuktikan tingkat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji F. Dalam uji F dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

11. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = 0 \rightarrow$ tidak terdapat pengaruh yang nyata antara variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).
12. $H_0 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq \beta_6 \neq 0 \rightarrow$ terdapat pengaruh yang nyata antara variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).
13. Level signifikan (α) = 0,05
Apabila $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_0$ ditolak dan H_a diterima, artinya variabel-variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_0$ diterima dan H_a ditolak, artinya variabel-variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

4.7.3.2 Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur kebaikan sesuai (*goodness of fit*) dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel dependen, yang dijelaskan oleh variabel independen (Gujarati,1995).

Nilai koefisien regresi terletak diantara 0 dan 1. nilai $R^2 = 1$, berarti bahwa garis regresi yang terjadi menjelaskan 100% variasi dalam variabel dependen, jika $R^2 = 0$ berarti bahwa model yang terjadi tidak dapat menjelaskan sedikitpun garis regresi yang terjadi.

4.7.3.3 Uji T (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2011), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen yang diteliti mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$).

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

14. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
15. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB V

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Analisis

5.1.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif berfungsi untuk memberikan gambaran mengenai deskripsi dan karakteristik data penelitian yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum. Untuk variabel numerik dilakukan statistik deskriptif berupa nilai rata-rata, nilai maksimum dan nilai minimum serta standar deviasi. Untuk variabel kategori dilakukan statistik deskriptif berupa distribusi frekuensi.

Tabel 5.1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif Data Metrik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
UP	130	10,9830	14,2607	12,197462	,6922756
LEV	130	,0004	4,0246	,970215	,8032014
KM	130	,0000	32,9300	3,034346	6,8263136
DK	130	2	11	4,35	1,952
PROFIT	130	,0015	1,2194	,178136	,1884548
ERC	130	-,1659	,3463	,000301	,0757546
Valid N (listwise)	130				

Tabel 5.2

Hasil Analisis Statistik Deskriptif Data Non Metrik

Profile Perusahaan	Skor	Frekuensi	Persentase
High profile	1	69	53%
Low profile	0	61	47%
Total		130	100%

5.1.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* terhadap nilai residual hasil persamaan regresi. Bila probabilitas hasil uji *Kolmogorov Smirnov* lebih besar dari 0,05 maka asumsi normalitas terpenuhi.

Tabel 5.3

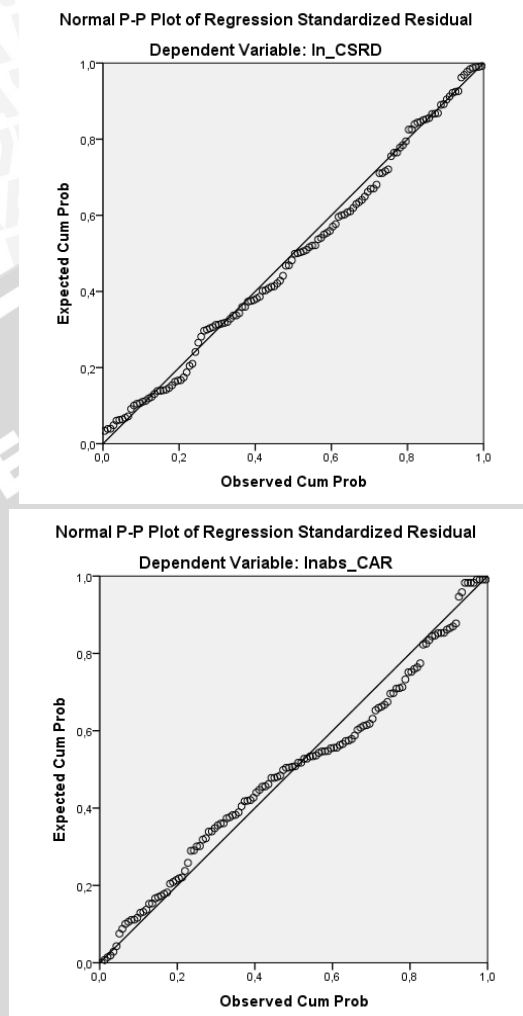
Uji Asumsi Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

Model regresi	Nilai sig.	Z hitung	Z table	Keterangan
1	0,938	0,534	1,96	Menyebar Normal
2	0,356	0,927	1,96	Menyebar Normal

Berdasarkan hasil pengujian normalitas pada tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi residual regresi yang terbentuk lebih besar dari taraf nyata 5% sehingga dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas tersebut terpenuhi.

Jika menggunakan grafik PP-Plot dapat dilihat bahwa titik-titik dari data mendekati garis diagonal sehingga dapat dinyatakan bahwa model

tersebut menyebar secara normal. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:



Grafik Normal PP Plot

Dengan menggunakan normal pp plot pada gambar di atas menunjukkan bahwa sebagian besar titik-titik data berada di sekitar garis diagonal regresi maka dinyatakan bahwa residual menyebar normal atau asumsi normalitas terpenuhi. Baik menggunakan pengujian statistic maupun normal pp plot didapatkan bahwa residual menyebar normal atau asumsi normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji suatu model apakah terjadi hubungan yang sempurna antara variabel bebas, sehingga sulit untuk memisahkan pengaruh antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel terikat. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dideteksi dari besarnya VIF (Variance Inflation Factor). Bila nilai VIF lebih dari 10 maka tidak terjadi non multikolinearitas. Dari hasil analisis diperoleh nilai VIF masing-masing variabel bebas seperti yang tercantum sebagai berikut:

Tabel 5.4
Hasil Uji Asumsi Multikolineritas

Variabel Bebas	VIF	Keterangan
Model 1		
UP	1,814	Non Multikolinearitas
LEV	1,051	Non Multikolinearitas
KM	1,091	Non Multikolinearitas
DK	1,657	Non Multikolinearitas
PROFILE	1,112	Non Multikolinearitas
PROFIT	1,109	Non Multikolinearitas

Berdasarkan tabel diatas diketahui variabel bebas dalam penelitian ini memiliki Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Beberapa uji statistik yang sering dipergunakan adalah uji Durbin-Watson. Berikut hasil perhitungan DW dengan menggunakan regresi:

Tabel 5.5

Hasil Pengujian Asumsi Non-Autokorelasi

Model regresi	Dl	Du	4-du	4-dl	Dw	Interprestasi
1	1,618	1,811	2,189	2,382	1,962	Tidak terjadi autokorelasi
2	1,698	1,729	2,271	2,302	1,950	Tidak terjadi autokorelasi

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas diketahui bahwa $du < dw < 4-du$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel bebas dan variabel terikat saling mempengaruhi. Uji heteroskedastiitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu kepengamatan yang lain.

Pengujian asumsi heteroskedastisitas dapat dilakukan juga dengan metode pengujian statistik uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai sig. $> 0,05$ maka akan terjadi homoskedastisitas dan

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sig. $< 0,05$ maka akan terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji Glejser dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.6

Hasil Uji Glejser

Variabel bebas	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.	Keterangan
Model 1				
UP	-0,255	1,979	0,799	Homoskedastisitas
LEV	-0,026		0,979	Homoskedastisitas
KM	-1,042		0,299	Homoskedastisitas
DK	1,081		0,282	Homoskedastisitas
PROFILE	1,121		0,264	Homoskedastisitas
PROFIT	-0,368		0,714	Homoskedastisitas
Model 2				
CSR	-0,961	1,979	0,338	Homoskedastisitas

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai sig. $> 0,05$ maka disimpulkan terjadi homoskedastisitas atau dengan kata lain asumsi tidak terjadi heteroskedastisitas telah terpenuhi baik secara grafik maupun pengujian secara statistik.

5.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda

a. Model 1

Secara ringkas hasil analisis regresi linier berganda terdapat dalam tabel berikut ini:

Tabel 5.7

Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (β)	t hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	-0,782				
UP	0,106	0,110	1,013	0,313	Tidak Signifikan
LEV	0,114	0,137	1,661	0,099	Tidak Signifikan
KM	-0,015	-0,155	-1,849	0,067	Tidak Signifikan
DK	0,075	0,218	2,108	0,037	Signifikan
PROFILE	0,152	0,114	1,341	0,182	Tidak Signifikan
PROFIT	0,381	0,107	1,269	0,207	Tidak Signifikan
t tabel	= 1,979				
R	= 0,453				
Adjusted R Square	= 0,166				
F hitung	= 5,284				
F tabel	= 2,173				
Sign. F	= 0,000				
α	= 0,05				

Variabel terikat pada regresi ini adalah CSRD (Y) sedangkan variabel bebasnya adalah UP, LEV, KM, DK, PROFILE dan PROFIT. Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah:

$$Y = -0,782 + 0,106X_1 + 0,114X_2 - 0,015X_3 + 0,075X_4 + 0,152X_5 + 0,381X_6 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

5. $b_0 = -0,782$

Nilai konstan ini menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel bebas (UP, LEV, KM, DK, PROFILE dan PROFIT) maka variabel terikat (CSRD)

adalah sebesar -0,782. Dalam arti kata CSRD sebesar 0,782 sebelum atau tanpa adanya variabel UP, LEV, KM, DK, PROFILE dan PROFIT (dimana X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 dan $X_6 = 0$).

6. $b_1 = 0,106$

Nilai parameter atau koefisien regresi b_1 ini menunjukkan bahwa setiap variable UP meningkat 1 satuan, maka CSRD akan meningkat sebesar 0,106 kali atau dengan kata lain setiap peningkatan CSRD dibutuhkan variabel UP sebesar 0,106 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X_2, X_3, X_4, X_5 dan $X_6 = 0$).

7. $b_2 = 0,114$

Nilai parameter atau koefisien regresi b_2 ini menunjukkan bahwa setiap variable LEV meningkat 1 satuan, maka CSRD akan meningkat sebesar 0,114 kali atau dengan kata lain setiap peningkatan CSRD dibutuhkan variabel LEV sebesar 0,114 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X_1, X_3, X_4, X_5 dan $X_6 = 0$).

8. $b_3 = -0,015$

Nilai parameter atau koefisien regresi b_3 ini menunjukkan bahwa setiap variable KM meningkat 1 satuan, maka CSRD akan menurun sebesar 0,015 kali atau dengan kata lain setiap penurunan CSRD dibutuhkan variabel KM sebesar 0,015 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X_1, X_2, X_4, X_5 dan $X_6 = 0$).

9. $b_4 = 0,075$

Nilai parameter atau koefisien regresi b_4 ini menunjukkan bahwa setiap variable DK meningkat 1 satuan, maka CSRD akan meningkat sebesar

0,075 kali atau dengan kata lain setiap peningkatan CSRD dibutuhkan variabel DK sebesar 0,075 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X_1, X_2, X_3, X_5 dan $X_6 = 0$).

10. $b_5 = 0,152$

Nilai parameter atau koefisien regresi b_5 ini menunjukkan bahwa setiap variable PROFILE meningkat 1 satuan, maka CSRD akan meningkat sebesar 0,152 kali atau dengan kata lain setiap peningkatan CSRD dibutuhkan variabel PROFILE sebesar 0,152 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X_1, X_2, X_3, X_4 dan $X_6 = 0$).

11. $b_6 = 0,381$

Nilai parameter atau koefisien regresi b_6 ini menunjukkan bahwa setiap variable PROFIT meningkat 1 satuan, maka CSRD akan meningkat sebesar 0,381 kali atau dengan kata lain setiap peningkatan CSRD dibutuhkan variabel PROFIT sebesar 0,381 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X_1, X_2, X_3, X_4 dan $X_5 = 0$).

Berdasarkan tabel regresi di atas diperoleh nilai *adjusted R Square* sebesar 0,166 atau 16,6%. Artinya bahwa keragaman CSRD dipengaruhi oleh 16,6% variabel bebas UP, LEV, KM, DK, PROFILE dan PROFIT. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 83,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

12. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yaitu UP, LEV, KM, DK, PROFILE dan PROFIT mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel CSRD.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F, dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} hasil analisis regresi dengan nilai F_{tabel} pada taraf nyata $\alpha = 0,05$.

Rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

$H_0: b_i = 0$

variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 dan X_6) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

$H_a: b_i \neq 0$

variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 dan X_6) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Kriteria pengujian:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 dan X_6) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 dan X_6) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Berdasarkan hasil analisis yang terdapat pada tabel regresi di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 5,284. Nilai ini lebih besar dari F_{tabel} ($5,284 > 2,173$) dan nilai sig. F (0,000) lebih kecil dari α (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel

UP, LEV, KM, DK, PROFILE dan PROFIT secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR.D.

13. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu UP, LEV, KM, DK, PROFILE dan PROFIT secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat CSR.D, serta untuk melihat variabel bebas manakah yang paling dominan pengaruhnya.

Rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Ho: $b_i = 0$

variabel bebas (X1, X2, X3, X4, X5 dan X6) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Ha: $b_i \neq 0$

variabel bebas (X1, X2, X3, X4, X5 dan X6) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Kriteria pengujian:

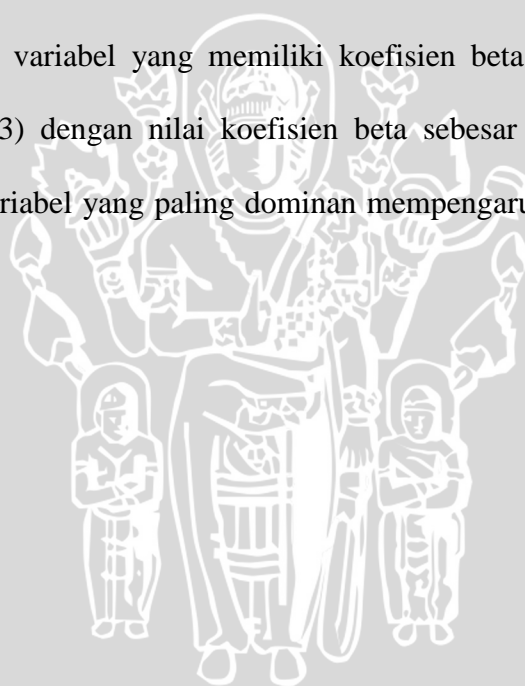
14. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya variabel bebas (X1, X2, X3, X4, X5 dan X6) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)
15. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya variabel bebas (X1, X2, X3, X4, X5 dan X6) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh hasil sebagai berikut:

16. Variabel UP (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,013 dengan signifikansi sebesar 0,313. Karena $|t_{hitung}| < t_{tabel}$ ($1,013 < 1,979$) atau sig. $t > 5\%$ ($0,313 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel UP (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel CSR (Y1)
17. Variabel LEV (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,661 dengan signifikansi sebesar 0,099. Karena $|t_{hitung}| < t_{tabel}$ ($1,661 < 1,979$) atau sig. $t > 5\%$ ($0,099 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel LEV (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel CSR (Y1)
18. Variabel KM (X3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar -1,849 dengan signifikansi sebesar 0,067. Karena $|t_{hitung}| < t_{tabel}$ ($1,849 < 1,979$) atau sig. $t > 5\%$ ($0,067 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel KM (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel CSR (Y1)
19. Variabel DK (X4) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,108 dengan signifikansi sebesar 0,037. Karena $|t_{hitung}| > t_{tabel}$ ($2,108 > 1,979$) atau sig. $t < 5\%$ ($0,037 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel DK (X4) berpengaruh signifikan terhadap variabel CSR (Y1)
20. Variabel PROFILE (X5) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,341 dengan signifikansi sebesar 0,182. Karena $|t_{hitung}| < t_{tabel}$ ($1,341 < 1,979$) atau sig. $t > 5\%$ ($0,182 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel PROFILE (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel CSR (Y1)

21. Variabel PROFIT (X6) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,269 dengan signifikansi sebesar 0,207. Karena $|t_{hitung}| < t_{tabel}$ ($1,269 < 1,979$) atau $\text{sig. } t > 5\%$ ($0,207 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel PROFIT (X6) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel CSRD (Y1)

Untuk menentukan variabel bebas yang paling dominan dalam mempengaruhi nilai variabel terikat dalam suatu model regresi linier, maka digunakan nilai Koefisien Beta (*Beta Coefficient*). Berdasarkan tabel hasil analisis regresi terlihat bahwa variabel yang memiliki koefisien beta tertinggi terdapat pada variabel DK (X3) dengan nilai koefisien beta sebesar 0,218. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi variabel CSRD adalah variabel DK.



b. Model 2

Secara ringkas hasil analisis regresi linier berganda terdapat dalam tabel berikut ini:

Tabel 5.8

Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (β)	t hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	-2,775				
CSRD	-0,489	-0,233	-2,711	0,008	Signifikan
t tabel	= 1,979				
R	= 0,233				
R Square	= 0,054				
α	= 0,05				

Variabel terikat pada regresi ini adalah ERC (Y2) sedangkan variabel bebasnya adalah CSRD. Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah:

$$Y = -2,775 - 0,489X + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

$$22. \quad b_0 = -2,775$$

Nilai konstan ini menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel bebas (CSRD) maka variabel terikat (ERC) adalah sebesar -2,775. Dalam arti kata ERC sebesar -2,775 sebelum atau tanpa adanya variabel CSRD (dimana X = 0).

$$23. \quad b_1 = -0,489$$

Nilai parameter atau koefisien regresi b_1 ini menunjukkan bahwa setiap variable CSRD meningkat 1 satuan, maka ERC akan menurun sebesar 0,489

kali atau dengan kata lain setiap peningkatan ERC dibutuhkan variabel CSRD sebesar 0,489.

Berdasarkan tabel regresi di atas diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,054 atau 5,4%. Artinya bahwa keragaman ERC dipengaruhi oleh 5,4% variabel bebas CSRD. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 94,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Pengujian Hipotesis Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu CSRD secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat ERC.

Rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

$H_0: b_i = 0$

variabel bebas (X) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

$H_a: b_i \neq 0$

variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Kriteria pengujian:

24. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

25. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas (X) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh variabel CSR memiliki nilai t_{hitung} sebesar -2,711 dengan signifikansi sebesar 0,008. Karena $|t_{hitung}| > t_{tabel}$ ($2,711 > 1,979$) atau sig. $t < 5\%$ ($0,008 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap variabel ERC dengan koefisien pengaruh (koefisien beta) sebesar 0,233.

5.2 Pembahasan

5.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan CSR

Penelitian ini menunjukkan bahwa, hasil uji T untuk ukuran perusahaan menunjukkan nilai sig t sebesar 0,313 diatas 0,05 (5%). Berdasarkan nilai tersebut maka dapat dikatakan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Robert (1992), Anggraini (2006), Sitepu dan Siregar (2008), dan Nurkhin (2009) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan.

Perusahaan melakukan pengungkapan CSR tidak berdasar pada ukuran perusahaan yang diprosikan dari total asset perusahaan. Hal tersebut dikarenakan perusahaan melaporkan CSR hanya demi memenuhi tuntutan UU No. 47 Tahun 2012 tentang Perseroan Terbatas pasal 3 Ayat 1 yang mewajibkan perusahaan

melaksanakan kegiatan CSR, sehingga ukuran besar kecilnya suatu perusahaan tidak mempengaruhi dalam luas pengungkapan CSRnya. Pemenuhan perusahaan akan regulasi dari pemerintah untuk menjalankan UU No. 47 Tahun 2012 tentang Perseroan Terbatas pasal 3 Ayat 1 yang mewajibkan perusahaan melaksanakan kegiatan CSR, sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha untuk menaati peraturan dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat agar keberadaan perusahaan dapat diterima di tengah masyarakat (Adawiyah, 2013). Hasil penelitian ini juga mendukung teori stakeholder dimana perusahaan besar maupun perusahaan kecil harus memperhatikan kepentingan stakeholdernya, sehingga perusahaan mendapat kepercayaan dari masyarakat serta dapat meningkatkan image perusahaan (Syafitri et al., 2011).

Penelitian yang menemukan hasil yang sama dengan penelitian ini yakni penelitian yang dilakukan oleh (Tjakrawala dan Pangesti, 2011), yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dikarenakan perusahaan besar belum menganggap penting efektivitas pelaporan CSR, sehingga CSR dipandang belum dianggap sebagai kebijakan yang memiliki dampak positif di masa yang akan datang.

Pendapat lain yang mendukung hasil penelitian ini adalah hasil penelitian (Nussy, 2013) yang menyatakan bahwa perusahaan dalam mengungkapkan CSR akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh ketika mengungkapkan informasi sosial atau pengungkapan CSR, apabila manfaat yang akan diperoleh melebihi biaya yang dikeluarkan, perusahaan akan secara sukarela mengungkapkan informasi sosial, sehingga besar kecilnya aset suatu perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan CSR (Nussy, 2013).

5.2.2 Pengaruh Leverage terhadap Luas Pengungkapan CSR

Penelitian ini menunjukkan bahwa, hasil uji T untuk leverage menunjukkan nilai sig t sebesar 0,099 diatas 0,05 (5%). Berdasarkan nilai tersebut maka dapat dikatakan bahwa variabel leverage tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan memiliki resiko yang besar dan kemungkinan untuk menurunkan kepercayaan dari para investor. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat leverage tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan CSR suatu perusahaan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa besar kecilnya hutang atau tingkat leverage perusahaan tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR.

Perusahaan dengan hutang yang tinggi dapat memiliki resiko yang tinggi pula dalam hal pengembalian hutang tersebut. Tetapi dalam hal kaitan dengan pengungkapan CSR perusahaan tidak terpengaruh oleh tingkat hutang yang dimiliki oleh perusahaan. Pengungkapan CSR telah dianggap sebagai kegiatan yang pelaksanaannya menggunakan anggaran tersendiri diluar dari besar hutang yang dimiliki oleh perusahaan. Sumber pendanaan internal yang kuat pada perusahaan juga diduga dapat menjelaskan tidak berpengaruhnya leverage terhadap pengungkapan CSR, dikarenakan sumber pendaan internal yang kuat tersebut membuat perusahaan tidak perlu melakukan pengungkapan sosial untuk menarik investor maupun kreditor (Utami dan Prastiti, 2011). Selain itu, menurut (Nelhendra, 2009) hubungan yang terjalin baik antara perusahaan dengan *debtholders* serta kinerja perusahaan yang baik bisa membuat *debtholders* tidak terlalu memperhatikan rasio *leverage* perusahaan, sehingga menjadikan hubungan *leverage* dengan pengungkapan CSR menjadi tidak signifikan.

Pendapat lain yang menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR dikarenakan semakin tinggi tingkat leverage, maka semakin besar peluang perusahaan untuk melaporkan laba yang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik dalam Anggraini, 2006), hal tersebut mengakibatkan pengurangan biaya lain yang dilakukan oleh perusahaan termasuk biaya untuk melakukan pengungkapan CSR (Pebriana dan Sukartha, 2012). Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Sitepu dan Siregar (2008) yang tidak berhasil membuktikan bahwa tingkat leverage memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR.

5.2.3 Pengaruh Kepemilikan Manajemen terhadap Luas Pengungkapan CSR

Penelitian ini menunjukkan bahwa, hasil uji T untuk kepemilikan manajemen menunjukkan nilai sig t sebesar 0,067 diatas 0,05 (5%). Berdasarkan nilai tersebut maka dapat dikatakan bahwa variabel kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Kepemilikan manajemen tidak terbukti dapat mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Hal ini dapat terjadi dikarenakan oleh manajemen bertindak berdasarkan pada kesadaran dalam melakukan aktivitas yang berkenaan dengan CSR. Manajemen melaporkan CSR hanya sebagai pemenuhan tuntutan atas regulasi yang ada, sehingga besar kecilnya kepemilikan manajemen dalam perusahaan tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR perusahaan.

Penelitian yang menunjukkan hasil sesuai dengan penelitian ini yakni penelitian yang dilakukan oleh (Wakid, 2012) hasil penelitiannya mengindikasikan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dikarenakan tujuan perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan pemegang

saham yang diwujudkan dengan meningkatkan laba perusahaan, untuk itu perusahaan berupaya meningkatkan efisiensi biaya operasional guna meningkatkan laba, sehingga pihak manajemen perusahaan berusaha untuk mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial). Menurut Sri Pambudi (2006) dalam Asmiran (2013) kepemilikan manajemen tidak mempengaruhi pengungkapan CSR dikarenakan oleh manajer lebih memilih untuk melaksanakan kegiatan yang memberikan keuntungan yang pasti seperti dalam hal berinvestasi. Selain itu, aktivitas sosial memerlukan dana yang cukup besar bahkan memerlukan anggaran tertentu, yang justru akan memberikan kerugian kompetitif karena mengeluarkan tambahan biaya yang akan mengurangi laba perusahaan, sehingga akan meningkatkan resiko manajer perusahaan (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Asmiran, 2013).

Hasil penelitian ini juga didukung oleh (Yintayani, 2011) yang menyatakan bahwa partisipasi manajer yang rendah terhadap CSR dikarenakan manajer menghindari pekerjaan, tugas-tugas, dan tanggung jawab yang semakin meningkat akibat aktivitas atau pelaksanaan CSR. Apabila perusahaan terlalu memberikan perhatian terhadap CSR tanpa diimbangi dengan aktivitas utama perusahaan, yang justru akan menimbulkan penurunan image perusahaan serta menurunkan nilai perusahaan.

5.2.4 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Luas Pengungkapan CSR

Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Jika dikaitkan dengan

pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Hasil uji T untuk ukuran dewan komisaris menunjukkan nilai sig t sebesar 0,037 dibawah 0,05 (5%). Berdasarkan nilai tersebut maka dapat dikatakan bahwa variabel ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Berpengaruhnya variabel dewan komisaris terhadap luas pengungkapan CSR dikarenakan dewan komisaris memiliki kemampuan dalam mempengaruhi kebijakan manajemen dalam hal pengungkapan CSR. Dewan komisaris telah melakukan pengawasan secara ketat dalam mengawasi manajemen untuk melaporkan CSR. Sehingga dewan komisaris memaksimalkan wewenang yang dimiliki untuk menekan pihak manajemen agar dapat melaporkan CSR dengan tingkat yang lebih luas.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Sembiring (2005), Sitepu dan Hasan (2008), dan Nurkhin (2009) yang berhasil memberikan bukti bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR perusahaan.

5.2.5 Pengaruh Profile terhadap Luas Pengungkapan CSR

Profile perusahaan merupakan penilaian dari masyarakat luas tentang perusahaan tersebut. Perusahaan dengan kategori high-profile merupakan perusahaan yang mendapatkan lebih banyak sorotan dari masyarakat luas. Sedangkan untuk perusahaan low profile merupakan perusahaan yang kurang mendapatkan sorotan atau perhatian dari masyarakat luas. Untuk itu diduga bahwa

perusahaan dengan kategori high-profile akan melaporkan CSR lebih banyak daripada perusahaan dengan kategori low-profile.

Hasil uji T untuk profile perusahaan menunjukkan nilai sig t sebesar 0,099 diatas 0,05 (5%). Berdasarkan nilai tersebut maka dapat dikatakan bahwa variabel profile tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Untuk itu penelitian ini tidak berhasil membuktikan bahwa profile perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Perusahaan melaporkan CSR dikarenakan pada peraturan pemerintah atau regulasi yang telah mewajibkan untuk melaksanakan CSR tersebut, sehingga perusahaan dengan kategori high-profile maupun low-profile, melaporkan CSR hanya sebatas memenuhi tuntutan pemerintah saja dan didukung oleh kesadaran manajemen dalam perusahaan itu sendiri. Menurut Wakid (2012), profile perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dikarenakan oleh masih banyaknya perusahaan yang tergolong *high profile* maupun *low profile* yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan tiap tahunnya secara benar melalui *Sustainability Reporting*, sesuai dengan ketentuan yang diberlakukan GRI dan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Pendapat yang mendukung hasil penelitian ini juga dikemukakan oleh Adawiyah (2013), yang menyatakan bahwa berdasarkan teori stakeholder, suatu perusahaan seharusnya mampu untuk memberikan manfaat bagi stakeholdernya dikarenakan kesuksesan sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholdernya, untuk manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan program CSR. Sehingga baik perusahaan dengan tipe

high profile maupun low profile keduanya akan berusaha memberikan pengungkapan CSR yang dibutuhkan oleh masyarakat (Adawiyah, 2013).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurkhin (2009) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara profil perusahaan dengan luas pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Anggraini (2006) yang berhasil membuktikan bahwa profile perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan CSR.

5.2.6 Pengaruh Profitabilitas terhadap Luas Pengungkapan CSR

Hasil penelitian uji T untuk ukuran perusahaan menunjukkan nilai sig t sebesar 0,207 diatas 0,05 (5%). Berdasarkan nilai tersebut maka dapat dikatakan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Profitabilitas tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR karena pengungkapan CSR merupakan kesadaran dari pihak manajemen. Perusahaan tidak menggunakan tingkat profitabilitas dalam melakukan kegiatan CSR, melainkan merupakan kesadaran dari pihak manajemen untuk menentukan berapa anggaran yang diperuntukkan bagi kegiatan CSR. Selain itu, perusahaan menganggap bahwa melakukan kegiatan CSR akan menambah biaya perusahaan yang secara otomatis akan mengurangi laba atau profitabilitas yang diperoleh perusahaan. Hal tersebut mendukung pendapat yang telah dikemukakan oleh Vence (1975) dalam Belkaoui & Karpik (1989); Anggraini (2006), bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan justru memberikan kerugian

kompetitif (*competitive disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut.

Pendapat lain yang mendukung bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan CSR dikemukakan oleh Nur dan Priantinah (2012) yang menyatakan bahwa ketika suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka perusahaan tidak perlu mengungkapkan hal-hal lain yang mengganggu terhadap kesuksesan suatu informasi keuangan atau profitabilitas perusahaan. Sebaliknya, pada tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan keuangan akan membaca “*good news*” kinerja sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan (Nur dan Priantinah, 2012).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2003), Sembiring (2005), dan Anggraini (2006) yang tidak dapat membuktikan bahwa profitabilitas suatu perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

5.2.7 Pengaruh Luas Pengungkapan CSR terhadap ERC

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa luas pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap ERC (koefisien respon laba). Hal ini membuktikan bahwa investor benar-benar menggunakan informasi sosial sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan tidak lagi menjadikan informasi laba sebagai informasi utama dalam pengambilan keputusan.

Hasil penelitian ini mendukung teori sinyal (*signaling theory*) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR merupakan sebuah sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak luar perusahaan atau pihak eksternal yang

nantinya akan direspon oleh *stakeholders* dan *shareholders* melalui perubahan harga saham perusahaan dan perubahan laba perusahaan (Kurnianto dan Prastiwi, 2009).

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sayekti dan Wondabio (2007) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap ERC. Hasil yang sama ditunjukkan oleh penelitian Jayanti (2012) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh negatif terhadap nilai ERC. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Daud dan Syarifudin (2008) serta Sukirman dan Meiden (2012) yang tidak berhasil mengkonfirmasi bahwa pengungkapan informasi CSR berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba (ERC).



BAB VI

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, *leverage*, dewan komisaris, *profile*, dan profitabilitas terhadap luas pengungkapan CSR. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji pengaruh luas pengungkapan CSR terhadap koefisien respon laba (ERC). Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa hanya variabel ukuran dewan komisaris yang memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Hal tersebut membuktikan bahwa dewan komisaris telah menggunakan wewenang dalam menekan pihak manajemen agar dapat melakukan pengungkapan CSR pada tingkat yang lebih luas. Sedangkan untuk variabel ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen, *profile* dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR

Dalam penelitian ini berhasil membuktikan bahwa luas pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap koefisien respon laba (ERC). Hal ini membuktikan bahwa dalam melakukan pengambilan keputusan (decision making), investor tidak hanya berdasar pada informasi keuangan terutama informasi laba, melainkan investor telah menggunakan informasi CSR sebagai salah satu bahan pertimbangan.

6.2 Keterbatasan Penelitian

16. Terdapatnya unsur subjektivitas dalam hal pengukuran indeks pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) yang tidak dapat dihindari.
17. Interpretasi yang berbeda terhadap indeks pengungkapan GRI yang berbasis internasional dan menggunakan bahasa Inggris, membuat interpretasi yang berbeda dalam penerjemahan dalam bahasa Indonesia.
18. Periode pengamatan yang relatif pendek yaitu 2 tahun yang memungkinkan kurang memberikan gambaran hasil dengan kondisi yang sebenarnya

6.3 Saran

19. Bagi manajemen perusahaan diharapkan dapat memberikan informasi mengenai tanggung jawab sosial (CSR) secara transparan dan lebih terperinci, sehingga informasi yang diberikan dapat lebih jelas.
20. Indeks pengungkapan GRI dapat disesuaikan dengan kondisi di Indonesia
21. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan periode pengamatan yang lebih panjang, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih baik dalam

memberikan gambaran mengenai pengungkapan CSR serta pengaruhnya terhadap value relevance laba.

22. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel penelitian yang diamati, sehingga dapat diperoleh variabel yang dapat mewakili dan memiliki pengaruh besar dalam kaitannya dengan pengungkapan CSR

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, I.R. 2013. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Adisusilo, P. 2011. Pengaruh Pengungkapan Informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan terhadap *Earnings Response Coefficients* (ERC). *Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*
- Anggraini, Fr. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta), Simposium Nasional Akuntansi 9.
- Anjarwi, A.W. 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung jawab Sosial serta Implikasinya pada Asimetri Informasi". *Tesis S2 Program Magister Universitas Brawijaya*.
- Ardian, H. 2013. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Studi Empiris pada seluruh Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010). *Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*
- Ardila, I. 2012. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Earnings Response Coefficient* (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index). *Tesis Universitas Sumatera Utara Medan*.
- Asmiran, M.T.W. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan Bandung*
- Belkaoui, A. dan P. G. Karpik. 1989. "Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 2. No. 1. pp. 36-51
- Branco, M.C. dan Rodrigues, L.L. 2007. Issues in Corporate Social and Environmental Reporting Research: An Overview. *Issues in Social and Environmental Accounting* Vol. 1, No. 1 June 2007. Pp 72-90
- Cahyono, A.T. 2010. "Reaksi Pasar atas Enviromental Disclosures dan Karakteristik Perusahaan yang Mempengaruhinya". *Tesis S2 Program Magister Universitas Brawijaya*.
- Daud, R.M. dan Syarifuddin, N.A. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Timeliness, dan Debt to Equity Ratio Terhadap Earning Response Coefficient (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia). *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi* Vol. 1, No.1, Januari 2008, Hal. 82-101.
- Deegan, C. (2004). *Financial Accounting Theory*. Australia: Mcgraw-Hill.
- Deegan, C. & Unerman, J. (2006). *Financial Accounting Theory-European Edition*. McGraw-Hill Education (UK) Limited (DU).
- Delvira, M. dan Nelvirita. 2013. " *Pengaruh Risiko Sistematis, Leverage, dan Persistensi Laba Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)*." *Jurnal WRA*, Vol. 1, No. 1 April 2013

- Fahrizqi, Anggara. 2010. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia)". *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*: Semarang
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hackston, David and Markus J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 9, No. 1, p. 77-108.
- Hidayati, N. N dan Murni, S. 2009. Pengaruh Pengungkapan Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient pada Perusahaan High Profile. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol 11, No. 1, April 2009, Hlm 1-18.
- Jayanti, E.D. 2012. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) (Studi pada sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2011). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*
- Kurnianto, E. A. dan Prastiwi, Andri. 2009. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*
- Laksmitaningrum, C.F. dan Purwanto, A. 2013. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan CSR. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Maya, I. dan Chrisna, S. 2012. Analisis Corporate Social Responsibility Disclosure Ditinjau dari Karakteristik Perusahaan. *EKOBIS* Vol.13, No.1, Januari 2012
- Murwaningsari, Etty (2008), "Pengujian Simultan: Beberapa Faktor yang Mempengaruhi *Earning Response Coefficient* (ERC)". Makalah disajikan pada *SNA XI Pontianak*: 23-25 Juli 2008.
- Nahar, F. 2007. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Praktek-praktek Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya*
- Nelhendra, Y. 2009. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar pada BEI. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*.
- Nor Hadi. 2011. Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nussy, T.M. 2013. Corporate Governance dan Etnisitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol.17, No. 1, Januari 2013, Hlm 1-10.
- Nur, M. dan Priantinah, D. 2012. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi empiris pada perusahaan berkategori high profile yang listing di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Nominal Volume I Nomor I tahun 2012*.
- Nurkhin, A. (2009). *Corporate Governance* dan Profitabilitas; Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia). Universitas Diponegoro, Semarang
- Pebriana dan Sukartha, 2012. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Umur Perusahaan, Komposisi Dewan Direksi dan Kepemilikan Institusional pada

- Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Bursa Efek Indonesia. *Fakultas Ekonomi Universitas Udayana*.
- Pinasti, M. 2004. Faktor-faktor yang Menjelaskan Variasi Relevansi-Nilai Informasi Akuntansi: Pengujian Hipotesis Informasi Alternatif. Simposium Nasional Akuntansi VII.
- Ponny Harsanti. (2011). *Corporate Social Responsibility* dan Teori Legitimasi. *Jurnal Mawas*, Juni 2011. Universitas Muria Kudus
- Pradipta, Dyah Hayu dan Anna Purwaningsih. 2011. Pengaruh Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC), dengan Ukuran Perusahaan dan *Leverage* sebagai Variabel Kontrol. Artikel. Universitas Atmajaya. Yogyakarta.
- Rimba Kusumadilaga. (2010). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Skripsi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Rahajeng, R. G. (2010). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia). Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sayekti, Y dan Wondabio, L. 2007, Pengaruh CSR disclosure terhadap Earning Response Coefficient (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta), Simposium Nasional Akuntansi X.
- Scott, W. R. 2000. *Financial Accounting Theory*. 2th Edition. Toronto: Prentice-Hall.
- Sembiring, Eddy Rismada. 2003. "Kinerja Keuangan, *Political Visibility*, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan." *Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi VI*, Surabaya, 16 – 17 Oktober 2003.
- Sembiring, E.R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: study empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta, Simposium Nasional Akuntansi VIII.
- Setiawati, E., Zulfikar, dan Riza Artha. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap CSR. *Proceeding Seminar Nasional dan Call for Papers Sancall 2013*. Surakarta, 23 Maret 2013
- Sitepu, Andre Christian,. Siregar, Hasan Sakti. (2009), "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa efek Jakarta". *Jurnal Akuntansi* 19.
- Sukirman, F. Dan Meiden, C. 2012. "Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Periode 2007-2009".
- Sunarto. 2008. Peran persistensi Laba Memperlemah Hubungan antara Earnings Opacity dengan Cost of Equity dan Trading Volume Activity.
- Syafitri, et.al. 2011. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Laporan Tahunan Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Magister Sains Akuntansi Universitas Hasanuddin Makassar*.

- Tjakrawala dan Pangesti. 2011. Parameter Determinan pada Perusahaan yang Melaksanakan Pelaporan Tanggung Jawab Sosial.
- Utami dan Prastiti. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Sosial Disclosure*. *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang*.
- Utomo, M. 2000. Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi 3*.
- Wakid, L.Nadiah. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Widianto, H.S. 2011. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Aktivitas, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Governance* terhadap Praktik Pengungkapan *Sustainability Report*. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Widiastuti. 2002. Pengaruh Luas Ungkapan Sukarela dalam laporan tahunan terhadap *Earnings Response Coefficient*.
- Yintayani, N.N. 2011. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009. *Tesis Program Magister Universitas Udayana Denpasar*.
- Yuliani, Rahma. 2003. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial dan Lingkungan di Indonesia". *Tesis S2 Program Magister Undip* (Tidak Dipublikasikan).
- Yuliana, Rita. 2008. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor". *Tesis S2 Program Magister Universitas Brawijaya*
- Zaenuddin, Ahmad. (2007). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur Go Publik. *Tesis. Universitas Diponegoro*.
- Zuhroh, D., dan Sukmawati. 2003. "Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor (Studi Kasus pada Perusahaan-perusahaan High Profile di BEJ)". *Simposium Nasional Akuntansi VI (SNA VI)*, 1314-1341.

www.globalreporting.org
www.idx.co.id

LAMPIRAN 1

DAFTAR PERUSAHAAN SAMPEL

No	KODE	NAMA PERUSAHAAN
Tahun 2011		
1	ADES	Akasha Wira International Tbk.
2	ALDO	Alkindo Naratama Tbk.
3	ALMI	Alumindo Light Metal Industry Tbk.
4	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk.
5	ASII	Astra Internasional Tbk.
6	AUTO	Astra Otoparts Tbk.
7	BRAM	Indo Kordsa Tbk.
8	BRNA	Berlina Tbk.
9	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk.
10	BUDI	Budi Acid Jaya Tbk.
11	CPIN	Charoen Pokhpand Indonesia Tbk.
12	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
13	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.
14	ESTI	Ever Shine Textile Industry Tbk.
15	ETWA	Eterindo Wahanatama Tbk.
16	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk.
17	GGRM	Gudang Garam Tbk.
18	GJTL	Gajah Tunggal Tbk.
19	HMSP	HM Sampoerna Tbk.
20	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
21	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk.
22	IKBI	Sumi Indo Kabel Tbk.
23	IMAS	Indomobil Sukses Internasional Tbk.
24	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
25	INDS	Indospring Tbk.
26	INTP	Indocement Tunggal Prakasa Tbk.
27	IPOL	Indopoly Swakarsa Industry Tbk.
28	JECC	Jembo Cable Company Tbk.
29	KAEF	Kimia Farma Tbk.
30	KBLI	KMI Wire and Cable Tbk.
31	KBLM	Kabelindo Murni Tbk.
32	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk.
33	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
34	KRAS	Krakatau Steel Tbk.

35	MBTO	Martina Berto Tbk.
36	MLBI	Multi Bintang Internasional Tbk.
37	NIPS	Nipress Tbk.
38	PBRX	Pan Brothers Tex Tbk.
39	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk.
40	PYFA	Pyridam Farma Tbk.
41	RMBA	Bentoel International Investama Tbk.
42	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk.
43	SCCO	Sucaco Tbk.
44	SIAP	Sekawan Intipratama Tbk.
45	SIPD	Sierad Product Tbk.
46	SMGR	Semen Gresik Tbk.
47	SMSM	Selamat Sempurna Tbk.
48	SOBI	Sorini Agro Asia Corporindo Tbk.
49	SRSN	Indo Acidtama Tbk.
50	TCID	Mandom Indonesia Tbk.
51	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk.
52	TRST	Trias Sentosa Tbk.
53	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.
54	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk.
55	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk.
56	UNVR	Uniliver Indonesia Tbk.
57	VOKS	Voksel Electric Tbk.
58	YPAS	Yanaprima Hastapersada Tbk.
Tahun 2012		
59	ADES	Akasha Wira International Tbk.
60	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.
61	AKPI	Argha Karya Prima Ind. Tbk.
62	ALDO	Alkindo Naratama Tbk.
63	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.
64	ALKA	Alakasa Industrindo Tbk.
65	ALMI	Alumindo Light Metal Industry Tbk.
66	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk.
67	APLI	Asiaplast Industries Tbk.
68	ARNA	Arwana Citramulia Tbk.
69	ASII	Astra Internasional Tbk.
70	AUTO	Astra Otoparts Tbk.
71	BRNA	Berlina Tbk.
72	CPIN	Charoen Pokhpand Indonesia Tbk.
73	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
74	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk.

75	ETWA	Eterindo Wahanatama Tbk.
76	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk.
77	GGRM	Gudang Garam Tbk.
78	HDTX	Panasia Indosyntec Tbk.
79	HMSP	HM Sampoerna Tbk.
80	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
81	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk.
82	IMAS	Indomobil Sukses Internasional Tbk.
83	INAF	Indofarma (Persero) Tbk.
84	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk.
85	INCI	Intanwijaya Internasional Tbk.
86	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
87	INDS	Indospring Tbk.
88	JECC	Jembo Cable Company Tbk.
89	JPFA	JAPFA Comfeed Indonesia Tbk.
90	JPRS	Jaya Pari Steel Tbk.
91	KAEF	Kimia Farma Tbk.
92	KBLI	KMI Wire and Cable Tbk.
93	KBLM	Kabelindo Murni Tbk.
94	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Ind. Tbk.
95	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk.
96	KIAS	Keramik Indonesia Asosiasi Tbk.
97	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
98	LION	Langgeng Makmur Industri Tbk.
99	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk.
100	LMSH	Lionmesh Prima Tbk.
101	MAIN	Malindo Feedmill Tbk.
102	MBTO	Martina Berto Tbk.
103	MERK	Merck Tbk.
104	MRAT	Mustika Ratu Tbk.
105	MYOR	Mayora Indah Tbk.
106	MYRX	Hanson International Tbk.
107	NIPS	Nipress Tbk.
108	PBRX	Pan Brothers Tex Tbk.
109	PRAS	Prima Alloy Steel Tbk.
110	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk.
111	PYFA	Pyridam Farma Tbk.
112	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk.
113	SCCO	Sucaco Tbk.
114	SIPD	Sierad Product Tbk.
115	SKBM	Sekar Bumi Tbk.

116	SMGR	Semen Gresik Tbk.
117	SMSM	Selamat Sempurna Tbk.
118	SPMA	Suparma Tbk.
119	SRSN	Indo Acidtama Tbk.
120	STAR	Star Petrochem Tbk.
121	TCID	Mandom Indonesia Tbk.
122	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk.
123	TRIS	Trisula International Tbk.
124	TRST	Trias Sentosa Tbk.
125	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.
126	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk.
127	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk.
128	UNVR	Uniliver Indonesia Tbk.
129	VOKS	Voksel Electric Tbk.
130	YPAS	Yanaprima Hastapersada Tbk.



LAMPIRAN 2

INDEKS GRI

INDIKATOR KINERJA EKONOMI	
Aspek : Kinerja Ekonomi	
EC1	Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
EC2	Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
EC3	Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
EC4	Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
Aspek : Kehadiran Pasar	
EC5	Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
EC6	Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
EC7	Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung	
EC8	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono.
EC9	Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.
INDIKATOR KINERJA LINGKUNGAN	
Aspek: Material	
EN1	Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume

EN2	Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang
Aspek: Energi	
EN3	Penggunaan Energi Langsung dari Sumberdaya Energi Primer
EN4	Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber Primer
EN5	Penghematan Energi melalui Konservasi dan Peningkatan Efisiensi
EN6	Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
EN7	Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai
Aspek: Air	
EN8	Total pengambilan air per sumber
EN9	Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air
EN10	Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang
Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)	
EN11	Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi?) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi
EN12	Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi)
EN13	Perlindungan dan Pemulihan Habitat
EN14	Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati
EN15	Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam Daftar Merah IUCN (IUCN Red List Species) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi

Aspek: Emisi, Efluen dan Limbah	
EN16	Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat
EN17	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat
EN18	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya
EN19	Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozone-depleting substances/ODS) diperinci berdasarkan berat
EN20	NO _x , SO _x dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat
EN21	Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan
EN22	Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan
EN23	Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan
EN24	Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
EN25	Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.
Aspek: Produk dan Jasa	
EN26	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
EN27	Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
Aspek: Kepatuhan	
EN28	Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
Aspek: Pengangkutan/Transportasi	
EN29	Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.

Aspek: Menyeluruh	
EN30	Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis.
PRAKTEK TENAGA KERJA DAN PEKERJAAN YANG LAYAK	
Aspek: Pekerjaan	
LA1	Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
LA2	Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
LA3	Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
Aspek: Tenaga kerja / Hubungan Manajemen	
LA4	Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.
LA5	Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Jabatan	
LA6	Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.
LA7	Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
LA8	Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/ bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
LA9	Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.
LA10	Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.

LA11	Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menunjang kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
LA12	Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
Aspek: Keberagaman dan Kesempatan Setara	
LA13	Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
LA14	Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.
HAK ASASI MANUSIA	
Aspek : Praktek Investasi dan Pengadaan	
HR1	Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
HR2	Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM
HR3	Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.
Aspek: Nondiskriminasi	
HR4	Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan.
Aspek: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul	
HR5	Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diidentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Aspek: Pekerja Anak	
HR6	Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang

	diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.
Aspek: Kerja Paksa dan Kerja Wajib	
HR7	Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.
Aspek: Praktek/Tindakan Pengamanan	
HR8	Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi
Aspek: Hak Penduduk Asli	
HR9	Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.
MASYARAKAT	
Aspek: Komunitas	
SO1	Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
Aspek: Korupsi	
SO2	Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
SO3	Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
SO4	Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
Aspek: Kebijakan Publik	
SO5	Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
SO6	Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
Aspek: Kelakuan Tidak Bersaing	

SO7	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
Aspek: Kepatuhan	
SO8	Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
TANGGUNG JAWAB PRODUK	
Aspek: Kesehatan dan Keamanan Pelanggan	
PR1	Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut
PR2	Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
Aspek: Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa	
PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
PR4	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
PR5	Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
Aspek: Komunikasi Pemasaran	
PR6	Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.
PR7	Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.
Aspek: Keleluasaan Pribadi (privacy) Pelanggan	
PR8	Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran

	keleluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Aspek: Kepatuhan	
PR9	Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber : Global Reporting Initiative (GRI) Index versi 3.0 (2006)



CSRDI (Corporate Social Responsibility Disclosure Index) Tahun 2011

	EC1	EC2	EC3	EC4	EC5	EC6	EC7	EC8	EC9	EN1	EN2	EN3	EN4	EN5	EN6	EN7	EN8	EN9	EN10	EN11	EN12	EN13
ADES	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ALDO	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ALMI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AMFG	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ASII	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
AUTO	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
BRAM	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BRNA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BTON	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
BUDI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
CPIN	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DLTA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DVLA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ESTI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
ETWA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
FASW	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
GGRM	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GJTL	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HMSP	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ICBP	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
IGAR	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IKBI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IMAS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
INDF	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
INDS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INTP	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
IPOL	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
JECC	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
KAEF	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KBLI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KBLM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
KDSI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KLBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
KRAS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
MBTO	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
MLBI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NIPS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PBRX	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PSDN	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PYFA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
RMBA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ROTI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SCCO	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SIAP	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SIPD	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SMGR	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
SMSM	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SOBI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SRSN	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TCID	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
TIRT	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TRST	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TSPC	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ULTJ	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UNIT	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UNVR	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
VOKS	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
YPAS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

	LA 1	LA 2	LA 3	LA 4	LA 5	LA 6	LA 7	LA 8	LA 9	LA 10	LA 11	LA 12	LA 13	LA 14	HR 1	HR 2	HR 3	HR 4	HR 5	HR 6	HR 7	HR 8
ADES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ALDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ALMI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AMFG	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ASII	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AUTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

LAMPIRAN 4

CSRDI (Corporate Social Responsibility Disclosure Index) Tahun 2012

	EC1	EC2	EC3	EC4	EC5	EC6	EC7	EC8	EC9	EN1	EN2	EN3	EN4	EN5	EN6	EN7	EN8	EN9	EN10	EN11	EN12	EN13
ADES	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
AISA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
AKPI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
ALDO	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ALTO	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ALKA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ALMI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
AMFG	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1		1	0	0	1	0	0	1
APLI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARNA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
ASII	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
AUTO	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
BRNA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CPIN	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DLTA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DPNS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ETWA	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
FASW	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
GGRM	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
HDTX	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HMSP	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ICBP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1
IGAR	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IMAS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
INAF	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
INAI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
INCI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INDF	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1
INDS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JECC	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
JPFA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JPRS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KAEF	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KBLI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KBLM	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KBRI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
KDSI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KIAS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

KLBF	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
LION	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LMSH	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LMPI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MAIN	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MBTO	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
MERK	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MRAT	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MYOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MYRX	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
NIPS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PBRX	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRAS	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PSDN	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PYFA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ROTI	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SCCO	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SIPD	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKBM	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SMGR	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
SMSM	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SPMA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
SRSN	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STAR	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TCID	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTO	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
TRIS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TRST	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TSPC	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UNIT	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ULTJ	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
UNVR	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
VOKS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
YPAS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

	LA 1	LA 2	LA 3	LA 4	LA 5	LA 6	LA 7	LA 8	LA 9	LA 10	LA 11	LA 12	LA 13	LA 14	HR 1	HR 2	HR 3	HR 4	HR 5	HR 6	HR 7	HR 8	HR 9	SO 1	SO 2	SO 3	SO 4
ADES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AISA	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AKPI	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

ALTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
ALKA	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALMI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AMFG	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
APLI	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ARNA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ASII	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AUTO	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
BRNA	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
CPIN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DLTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DPNS	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ETWA	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
FASW	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
GGRM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
HDTX	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
HMSP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ICBP	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
IGAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IMAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
INAF	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INAI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
INCI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
INDF	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
INDS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
JECC	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
JPFA	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
JPRS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
KAEF	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
KBLI	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
KBLM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
KBRI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
KDSI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
KIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
KLBF	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
LION	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
LMSH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
LMPI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
MAIN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
MBTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
MERK	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
MRAT	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
MYOR	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

[illegible]